

Adriana Toutonje Mitozo

**VALORIZAÇÃO DE PRODUTOS DA AGRICULTURA
FAMILIAR POR MEIO DO DESIGN: O CASO AJAAR
(ASSOCIAÇÃO JOINVILLENSE DE AGROINDÚSTRIAS
ARTESANAIS RURAIS)**

Projeto de Conclusão de Curso
submetido ao Curso de Design da
Universidade Federal de Santa
Catarina para obtenção do Grau de
Bacharel em Design.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Giselle
Schmidt Alves Díaz Merino

Florianópolis, SC
2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor através do
Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Toutonje Mitozo, Adriana

Desenvolvimento de um Sistema de Embalagem para a
Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais
Rurais / Adriana Toutonje Mitozo ; orientadora,
Giselle Schmidt Alves Díaz Merino, 2017.

65 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design,
Florianópolis, 2017.

Inclui referências.

1. Design. 2. Identidade Visual. 3. Embalagem.
4. Valorização. 5. Agricultura Familiar. I. Schmidt
Alves Díaz Merino, Giselle. II. Universidade Federal
de Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Este trabalho é dedicado à minha família e ao meu namorado que sempre me apoiaram em todos os momentos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Fátima e Péricles, que sempre me deram suporte em tudo e me asseguraram com uma educação de qualidade. À minha mãe, pelo cuidado, pelos conselhos, e por ter me encorajado a estudar Design; Ao meu pai, pela preocupação com meu futuro, pela dedicação e zelo. Obrigada à vocês pelo carinho e amor incondicional.

Agradeço também aos meus irmãos, Gabriela e Filipe, pela companhia e amizade durante todos esses anos. À minha irmã, pela parceria, presença e por servir de exemplo de esforço e dedicação; Ao meu irmão pelo exemplo de paciência e por ser uma pessoa tão boa.

Agradeço ao meu namorado, Leonardo, por todo o apoio, companheirismo, carinho, amor e suporte nos momentos mais difíceis; obrigada por me incentivar a seguir meus objetivos, por fazer questão de celebrar minhas conquistas, e por me fazer querer ser uma pessoa melhor todos os dias.

Agradeço a todos os professores que fizeram parte da minha formação no curso de Design, na Universidade Federal de Santa Catarina, especialmente à professora Giselle Merino, pela orientação durante o desenvolvimento deste projeto e pelo conhecimento transmitido de forma inspiradora. Agradeço ao professor Eugenio Merino e aos membros da banca, professor Júlio Monteiro Teixeira, e professor Luiz Fernando Figueiredo.

Agradeço aos membros da AJAAR e à EPAGRI pela oportunidade proporcionada.

Agradeço também ao NGD (Núcleo de Gestão de Design) e todas as pessoas que fazem parte dele, pelo ambiente inspirador e pela experiência de trabalho que propiciou o desenvolvimento deste projeto.

Obrigada a todos vocês pelo incentivo e carinho que auxiliaram na minha formação pessoal e profissional.

RESUMO

A Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais (AJAAR) é um empreendimento da Agricultura Familiar composto por 49 associados que produzem diversos produtos artesanais na cidade de Joinville, entre eles encontra-se o setor de panificados que inclui produtos como pães, bolos, cucas e biscoitos. Este projeto apresenta o desenvolvimento de um sistema de identidade visual e suas aplicações para a Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais. Fazendo uso da metodologia GODP (Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos), foram realizadas pesquisas sobre o histórico dos panificados, análise de similares, estudos das embalagens anteriores, análise de contexto e dos consumidores, definição de conceitos e geração dos requisitos de projeto, resultando no sistema de identidade visual e suas aplicações, com foco nas embalagens de panificados, valorizando assim os produtos da AJAAR, adequando o design à qualidade já conhecida de seus produtos, proporcionando uma maior visibilidade no ponto de venda, e despertando o interesse de novos usuários em consumir produtos da agricultura familiar.

Palavras-chave: Design. Identidade Visual. Embalagem. Valorização. Agricultura Familiar.

ABSTRACT

The Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais (Association of Rural Artisan Agroindustries of Joinville) is a Family Farming company formed by 49 affiliates who produce several handmade food products at Joinville city, among them we can find baked goods including breads, cakes, crumble cakes and cookies. This project presents the development of a visual identity system and its applications for the Association of Rural Artisan Agroindustries of Joinville. Making use of the GODP methodology (Orientation Guide to Project Development), researches were made about the history of baked goods, analysis of similar, studies of the previous packaging, analysis of context and consumers, definition of concepts and formulation of project requirements, resulting in the visual identity system and its applications, focusing on packaging for the baked goods, promoting the products of AJAAR, suiting the design to the quality known of their products, providing greater visibility in the point of sale, and raising interest of new consumers in buying family farming products.

Keywords: Design. Visual Identity. Packaging. Promotion. Family Farming.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Metodologia GODP.....	24
Figura 2 - Configuração do GODP para o PCC	26
Figura 3 - GODP: Momento Inspiração.....	27
Figura 4 - Identidade Visual da AJAAR	28
Figura 5 - Biscoitos da AJAAR	29
Figura 6 - Oportunidades	30
Figura 7 - Produtores da AJAAR.....	31
Figura 8 - Lista de Produtos.....	32
Figura 9 - Consulta ao INPI	33
Figura 10 - Consulta ao INPI: detalhamento.....	34
Figura 11 - Blocos de Referência.....	35
Figura 12 - História do Pão	38
Figura 13 - História dos bolos e cucas	40
Figura 14 - História dos Biscoitos.....	42
Figura 15 - Biscoito em bandeja de isopor.....	53
Figura 16 - Embalagens de Biscoito	54
Figura 17 – Aplicação do rótulo na embalagem de geleia	54
Figura 18 - Joinville Destacada no mapa de Santa Catarina	56
Figura 19 - Dados da Agroindústria Artesanal de Alimentos	57
Figura 20 - GODP: Momento Ideação.....	58
Figura 21 - Síntese dos Blocos de Referência.....	59
Figura 22 - Painel Conceitual: Artesanal	61
Figura 23 - Painel Conceitual: Saboroso.....	62
Figura 24 - Painel Conceitual: Seguro	63
Figura 25 - Redesign AJAAR	64
Figura 26 - Geração de alternativas - Identificação do Produtor.....	65
Figura 27 - Geração de alternativas - Rótulos.....	66
Figura 28 - Geração de Alternativas - Embalagens.....	67
Figura 29 - GODP: Momento Implementação.....	68
Figura 30 - Cartões de Visita: Bordô	69
Figura 31 - Cartões de Visita: Laranja	70
Figura 32 - Papel Timbrado	71
Figura 33 - Envelopes Bordô	71
Figura 34 - Envelopes Laranja	72
Figura 35 - Camisa Polo.....	72
Figura 36 - Avental	73
Figura 37 - <i>Ecobag</i>	73
Figura 38 - <i>Fanpage</i> no Facebook	74
Figura 39 - Placa de Sinalização: Estrada	75

Figura 40 - Placa de Sinalização: Empreendimento	75
Figura 41 - Placa de Sinalização: Feiras.....	76
Figura 42 - Veículo	76
Figura 43 - Tag de Identificação do Produtor (4 x 7 cm): Alternativa 1 ..	77
Figura 44 - Tag de Identificação do Produtor (6 x 6 cm): Alternativa 2 ..	78
Figura 45 - Selos de Identificação do Produtor	78
Figura 46 - Rótulo Pães: frente.....	80
Figura 47 - Rótulo de Pães: verso	81
Figura 48 - Aplicação do rótulo adesivo na embalagem de Pão.....	82
Figura 49 - Rótulo Bolos e Cucas: frente	83
Figura 50 - Rótulo Bolos e Cucas: verso.....	83
Figura 51 - Aplicação da alternativa 1: Bolos e Cucas.....	84
Figura 52 - Cinta para caixa de Bolos e Cucas.....	84
Figura 53 - Aplicação da alternativa 2: Bolos e Cucas.....	85
Figura 54 - Rótulo adesivo para caixa: Bolos e Cucas	85
Figura 55 - Selos com sabor e peso líquido: Bolos e Cucas.....	86
Figura 56 - Aplicação da alternativa 3: Bolos e Cucas.....	86
Figura 57 - Rótulo Biscoitos: frente	87
Figura 58 - Rótulo Biscoitos: verso.....	88
Figura 59 - Aplicação da alternativa 1: Biscoitos.....	89
Figura 60 - Cinta para bandeja de isopor: Biscoitos.....	90
Figura 61 – Aplicação da alternativa 2: Biscoitos	90
Figura 62 - Rótulo grampeado: Biscoitos.....	91
Figura 63 - Aplicação da alternativa 3: Biscoitos.....	92
Figura 64 - Cinta para pacotes de Biscoitos	93
Figura 65 - Aplicação da alternativa 4: Biscoitos.....	94
Figura 66 - Aplicação da alternativa 5: Biscoitos.....	95
Figura 67 - Cinta para caixa de Biscoitos.....	95
Figura 68 - Aplicação da alternativa 6: Biscoitos.....	96
Figura 69 - Rótulo Adesivo para Caixa: Biscoitos	96
Figura 70 - Selos com sabor e peso líquido: Biscoitos	97
Figura 71 - Aplicação da Alternativa 7: Biscoitos	97
Figura 72 - Selos para dietas de restrição alimentar	98
Figura 73 - Exemplo de aplicações do selo em embalagens	98
Figura 74 - Apresentação do Projeto em Joinville	99

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Pães: Análise Sincrônica Local	44
Tabela 2 - Pães: Análise Sincrônica Nacional	45
Tabela 3 - Pães: Análise Sincrônica Internacional	46
Tabela 4 – Bolos e Cucas: Análise Sincrônica Local.....	47
Tabela 5 – Bolos e Cucas: Análise Sincrônica Nacional	48
Tabela 6 – Bolos e Cucas: Análise Sincrônica Internacional.....	49
Tabela 7 - Biscoitos: Análise Sincrônica Local	50
Tabela 8 - Biscoitos: Análise Sincrônica Nacional	51
Tabela 9 - Biscoitos: Análise Sincrônica Internacional	52
Tabela 10 - Conceitos e Requisitos de Projeto das Embalagens de pães, bolos, cucas e biscoitos	60

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AJAAR – Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais
EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina
GODP – Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos
INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial
NGD – Núcleo de Gestão de Design
PCC – Projeto de Conclusão de Curso

SUMÁRIO

1. CONTEXTUALIZAÇÃO	19
1.1 PERGUNTA DE PROJETO	21
1.2 OBJETIVOS	21
1.2.1 Objetivo Geral	21
1.3 JUSTIFICATIVA	21
1.4 DELIMITAÇÃO DE PROJETO	22
2. METODOLOGIA PROJETUAL	23
2.1 GODP	23
2.2 ESTRUTURA DO PCC	26
3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	27
3.1 MOMENTO INSPIRAÇÃO (ETAPAS -1,0 E 1)	27
-1 Etapa -1: Oportunidades	27
0 Etapa 0: Prospecção	33
1 Etapa 1: Levantamento de Dados	36
3.2 MOMENTO IDEAÇÃO (ETAPAS 2 E 3)	58
2 Etapa 2: Organização e Análise	59
3 Etapa 3: Criação	64
3.3 MOMENTO IMPLEMENTAÇÃO (ETAPAS 4, 5 E 6)	68
4 Etapa 4: Execução	68
5 Etapa 5: Viabilização	99
4. CONCLUSÃO	100
REFERÊNCIAS	102
APÊNDICE A – MANUAL DE MARCA	104

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

Agricultura Familiar é a prática de atividades no meio rural realizada por pequenos proprietários rurais, onde a gestão de propriedade e a mão de obra é compartilhada pela família e a atividade agropecuária é a principal fonte de renda. Além disso, por ser seu local de trabalho e moradia, o agricultor familiar tem uma relação especial com a terra. (Ministério da Agricultura Familiar, 2016¹).

Em Santa Catarina, segundo o Censo de 2006, mais de 168 mil estabelecimentos agropecuários foram classificados como sendo parte da Agricultura Familiar, atingindo 87% do total. Este valor faz de Santa Catarina um dos estados com maior percentual de Agricultores Familiares do País (Mattei, 2010).

De acordo com dados do Censo Agropecuário de 2006², 84,4% do total dos estabelecimentos agropecuários brasileiros pertencem à grupos familiares. Existem aproximadamente 4,4 milhões estabelecimentos agropecuários no Brasil, sendo que metade deles se situam na região Nordeste. Segundo o estudo, a Agricultura Familiar equivale a base econômica de 90% dos municípios brasileiros com até 20 mil habitantes. Ademais, a Agricultura Familiar produz cerca de 70% dos alimentos consumidos em todo o País³.

Segundo Negrão e Camargo (2008), as funções primárias da embalagem são proteger e transportar. A origem da embalagem remonta ao princípio da civilização humana, pois surgiu da necessidade básica do ser humano de buscar modos de armazenar e conservar seu alimento.

Existem registros arqueológicos de embalagens que datam de 2200 a. C.; estas primeiras embalagens eram compostas de materiais naturais disponíveis na época, como couro, entranhas de animais, frutos, folhas e fibras vegetais. A evolução das embalagens como conhecemos hoje está relacionada ao desenvolvimento tecnológico, pois à medida que a sociedade evolui, são descobertos novos materiais e são desenvolvidas novas necessidades, ampliando assim a quantidade de produtos utilizados

¹ Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/o-que-%C3%A9-agricultura-familiar>> Acesso em 29 de Abr. de 2017

² Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/>> Acesso em 29 de Abr. de 2017

³ Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/07/agricultura-familiar-produz-70-dos-alimentos-consumidos-por-brasileiro>> Acesso em 29 de Abr. de 2017

e consequentemente a quantidade de produtos que necessitam ser embalados (NEGRÃO; CAMARGO, 2008).

Inicialmente, o aspecto visual da embalagem restringia-se somente ao caráter estético e estava relacionado aos movimentos artísticos de cada época. A dimensão mercadológica do produto e o conceito de marca como valor agregado surgiu apenas no século passado com a criação do sistema de auto-serviço, representado a princípio pelos supermercados, onde não havia influência direta de um vendedor. Nesta época, surgiu a necessidade de desenvolver novas estratégias de comunicação a fim de persuadir o consumidor a comprar certo produto. A partir deste momento, além de proteger e transportar, a embalagem passou a ter as funções de informar, identificar e promover produtos e marcas (NEGRÃO; CAMARGO, 2008).

Para Negrão e Camargo (2008), a embalagem possui, hoje, as funções de: acondicionar, proteger, ampliar a validade do produto, ser funcional, identificar, informar, formar e consolidar uma imagem, promover, vender e agregar valor.

Neste contexto, é importante aliar um bom design que agregue valor à um produto de boa qualidade, pois segundo Mestriner (2002), mais de 90% dos produtos disponíveis em estabelecimentos de venda, não possuem apoio de propagandas e dependem unicamente da embalagem para conquistar a atenção do consumidor. Após chamar a atenção do consumidor, uma embalagem precisa rapidamente oferecer informações sobre o produto, como por exemplo, o que ele é, para que serve, e à quem se destina.

O consumidor considera a embalagem como parte integrante e inerente de um produto, constituindo para ele uma única peça. Sendo assim, a relevância de um bom design de embalagem está no fato de ele incorporar o valor de cada uma das etapas do processo, trazendo como resultado final uma embalagem que enaltece o trabalho de todos os envolvidos no desenvolvimento daquele produto (Mestriner, 2002).

A Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais (AJAAR) foi fundada em 25 de Setembro de 2000 e possui 49 associados que produzem diversos produtos artesanais, como pães, biscoitos, aipim descascado congelado, geleias, mousses, queijos, raízes ente outros. Este projeto surgiu da necessidade de criar uma embalagem que acondicione os pães, bolos, cucas e biscoitos produzidos pela AJAAR, sem que estes danifiquem ou quebrem no transporte, a fim de valorizar seus produtos e reposicioná-los no mercado.

1.1 PERGUNTA DE PROJETO

Como valorizar produtos da Agricultura Familiar catarinense por meio do design gráfico?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver um sistema de identidade visual e suas aplicações para a Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais (AJAAR).

1.3 JUSTIFICATIVA

A ideia deste Projeto de Conclusão de Curso ocorreu de um interesse durante a disciplina de Projeto de Embalagem, onde foi possível conhecer uma área de atuação de design que engloba assuntos de interesse da autora relacionadas aos conhecimentos de design adquiridos anteriormente, como branding, design editorial e diagramação, produção gráfica, tipografia, composição e ilustração. Após perceber um interesse na área de Design de Embalagem, foi realizado um estágio no Núcleo de Gestão de Design (NGD), onde foi realizado alguns trabalhos para empreendimentos da Agricultura Familiar de Santa Catarina⁴. Surgiu então o tema para a realização deste projeto.

Conhecendo a importância das embalagens na valorização de um produto, e considerando que o estado de Santa Catarina é reconhecido nacional e internacionalmente pela Agricultura Familiar, pôde-se então perceber uma oportunidade de projeto no desenvolvimento de um sistema de embalagem para produtos da agricultura familiar catarinense. Conheceu-se então a Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais (AJAAR), que necessitava de novas embalagens para alguns de seus produtos, pois notou-se uma fragilidade nas embalagens de pães, bolos,ucas e biscoitos que eram danificados durante o transporte devido à embalagem inadequada, além de carecerem de um novo design para seus rótulos e um redesign na sua identidade visual e aplicações.

⁴ No Projeto “Valorização e Identificação de Empreendimentos Rurais e Pesqueiros, com Base na Competitividade, Diferenciação e Sustentabilidade, nas Regiões de Joinville, Blumenau e Florianópolis” junto à EPAGRI.

1.4 DELIMITAÇÃO DE PROJETO

Desenvolver o redesign da marca da Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais (AJAAR) e suas aplicações, e elaborar novas embalagens para o setor de panificados, que incluem pães, bolos,ucas e biscoitos. O foco principal foi o desenvolvimento de novas embalagens, dando ênfase às embalagens de biscoitos – pois possuíam uma maior fragilidade – a fim de valorizar a marca e ganhar novos mercados. Para isso foi utilizada a metodologia de projeto centrada no usuário, o Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos (GODP).

2. METODOLOGIA PROJETUAL

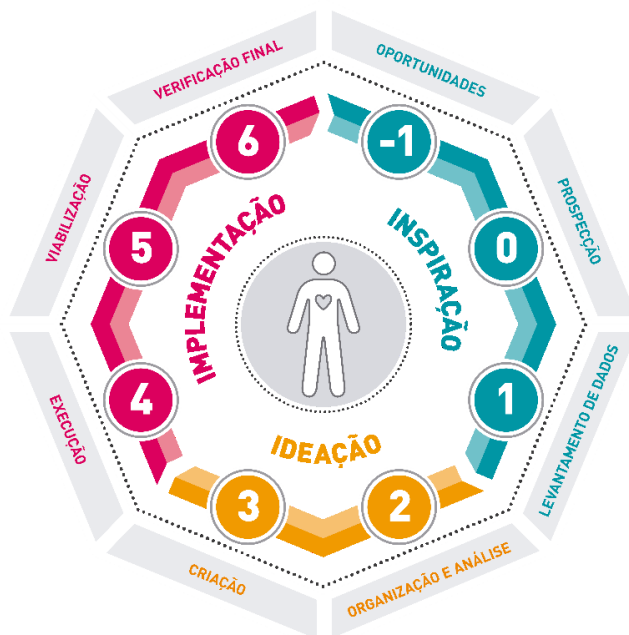
A Metodologia utilizada neste projeto foi o Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos (GODP), que já havia sido utilizado durante a disciplina de Projeto de Embalagem durante a graduação e no estágio realizado no NGD. Devido à afinidade com o método e à facilidade de aplicação de técnicas e ferramentas de análise em suas etapas, além da clareza e fluxo com que as etapas são organizadas para uma melhor geração de ideias, o método GODP foi escolhido para guiar o desenvolvimento deste projeto.

2.1 GODP

A metodologia adotada tem como base o projeto centrado no usuário, ou seja, coloca o usuário em primeiro lugar durante o desenvolvimento de um produto ou serviço. O Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos tem como objetivo organizar em etapas de ações que o Design seja realizado de forma consciente (Merino, 2014).

O GODP (figura 1) é dividido em oito etapas que englobam o maior número de aspectos seguindo uma lógica desde a definição do problema, levantamento de informações, processo criativo, até a validação do projeto. (Merino, 2016).

Figura 1 - Metodologia GODP



Fonte: Merino (2016)

As etapas do GODP são definidas a seguir (Merino, 2016):

Etapa -1: Oportunidades

Na primeira etapa verificam-se as oportunidades de mercado e setores de acordo com o produto que está sendo avaliado, levando em consideração o cenário local, nacional e internacional e a atuação na economia. Assim, são reveladas as necessidades de crescimento do mercado conforme o produto.

Etapa 0: Prospecção

Nesta etapa, é definida a demanda e a problemática central que conduzirá o projeto.

Etapa 1: Levantamento de Dados

Nesta etapa são desenvolvidas as definições de projeto com base em um levantamento de dados correspondente com as necessidades e expectativas do usuário, que abrangem os quesitos de usabilidade,

ergonomia e antropometria, dentre outros, bem como a adequação da legislação que define as normas técnicas para o desenvolvimento de projetos.

Etapa 2: Organização e Análise dos Dados

Após o levantamento de dados, estes são organizados e analisados. Aqui podem ser utilizadas técnicas analíticas que permitirão delimitar as estratégias de projeto.

Etapa 3: Criação

Tendo as estratégias de projeto, os conceitos globais deste podem ser definidos, sendo então geradas as alternativas preliminares e protótipos. Utilizando-se de técnicas e ferramentas, estas alternativas são submetidas à uma nova análise, permitindo a escolha daquelas que melhor respondem às especificações de projeto e atendimento dos objetivos.

Etapa 4: Execução

Nesta etapa, considera-se o ciclo de vida do produto em relação às propostas. Com base nelas, são desenvolvidos protótipos em escala e/ou modelados matematicamente para posteriormente elaborar os protótipos funcionais das propostas escolhidas para os testes.

Etapa 5: Viabilização

Após definir a proposta que atende às especificações, o projeto de design é testado em situação real, junto aos usuários. Logo, são realizadas pesquisas em pontos de venda e junto à potenciais consumidores. Nesta etapa podem ser utilizadas instrumentos de avaliação de ergonomia, usabilidades e qualidade aparente.

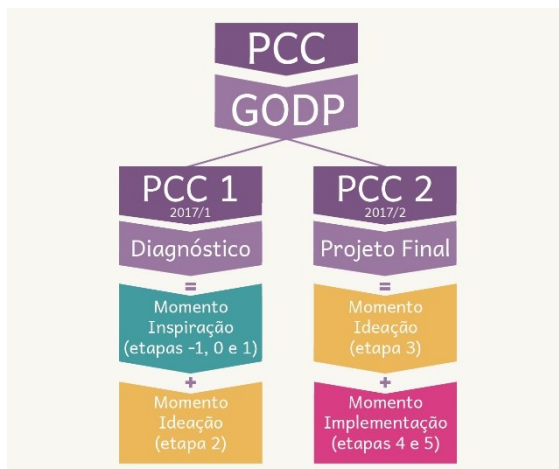
Etapa 6: Verificação

Todo projeto de design deveria considerar os aspectos relacionados à sustentabilidade, como focar no destino dos produtos após o término de vida útil, seu impacto econômico e social. Esta etapa é de extrema importância, pois permite uma retroalimentação do percurso de design, ou seja, um novo ponto de partida, rompendo sutilmente com o pensamento de linearidade, num processo pontuado por pequenos passos rumo à um pensamento contínuo.

2.2 ESTRUTURA DO PCC

Este Projeto de Conclusão de Curso foi dividido em duas etapas, o PCC1, a ser realizado no primeiro semestre de 2017, e o PCC2, realizado no segundo semestre de 2017. A estrutura do PCC, e os componentes de suas etapas podem ser melhor visualizados na figura 2.

Figura 2 - Configuração do GODP para o PCC



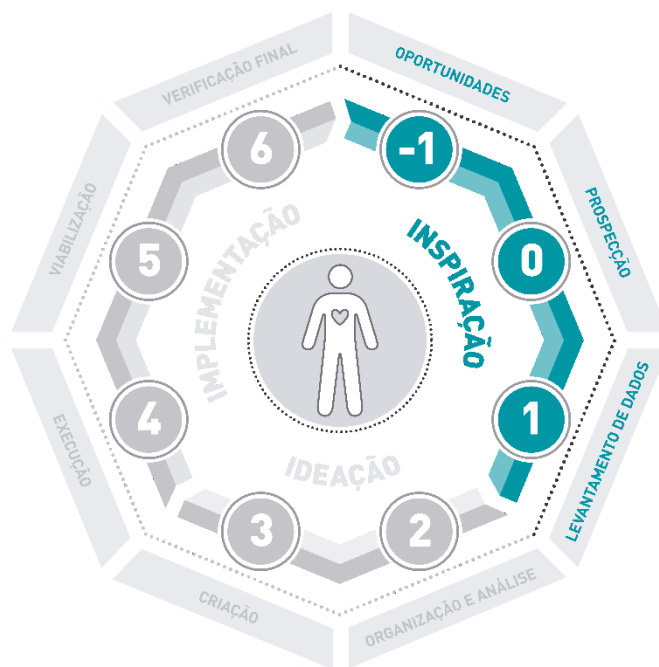
Fonte: A Autora com base em Merino (2016)

3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

3.1 MOMENTO INSPIRAÇÃO (ETAPAS -1,0 E 1)

O Momento Inspiração corresponde às etapas: Oportunidades (etapa -1), Prospecção (etapa 0) e Levantamento de Dados (etapa 1), conforme a figura a seguir.

Figura 3 - GODP: Momento Inspiração



Fonte: Merino (2016)



Etapa -1: Oportunidades

Nesta etapa são verificadas as oportunidades de mercado, levando em consideração o cenário em que a marca está inserida, sendo assim reveladas as necessidades de mudança que contribuirão para o desenvolvimento do projeto.

Após cursar a disciplina de projeto de embalagem durante a graduação, percebeu-se um interesse na área, auxiliando assim na escolha de seguir trabalhando neste campo. Foi realizado então uma participação como bolsista no NGD colaborando no projeto “Valorização e Identificação de Empreendimentos Rurais e Pesqueiros, com Base na Competitividade, Diferenciação e Sustentabilidade, nas Regiões de Joinville, Blumenau e Florianópolis”, do qual a Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais (AJAAR) faz parte. Identificou-se então a oportunidade de aliar este tema à produção do Projeto de Conclusão de Curso.

Durante as realizações das pesquisas deste Projeto observou-se a oportunidade de desenvolver novas embalagens para a AJAAR (figura 4), um empreendimento da Agricultura Familiar.

Figura 4 - Identidade Visual da AJAAR



Fonte: AJAAR

Ao longo das pesquisas sobre a AJAAR notou-se uma fragilidade nas embalagens de panificados (pães, bolos, cucas e biscoitos), que além de precisarem de um novo design em seus rótulos, os produtos acabam sendo danificados durante o transporte. Nas embalagens de biscoitos foi percebida uma maior fragilidade e necessidades de alterações. Algumas embalagens de biscoitos da AJAAR podem ser vistas na figura 5

Figura 5 - Biscoitos da AJAAR



Fonte: NGD

Foi notado também que por se tratar de uma associação onde diversos produtores fornecem os mesmos tipos de produtos, foi percebida a necessidade de se identificar o nome do produtor nas embalagens. As oportunidades podem ser vistas na figura 6.

Figura 6 - Oportunidades



Fonte: A Autora

Este Projeto de Conclusão de Curso beneficia os 15 associados que se dedicam aos panificados na AJAAR – que incluem pães, bolos, cucas e biscoitos – como pode ser visto na figura 7.




Figura 7 - Produtores da AJAAR



Fonte: A Autora, com base nas informações coletadas junto à AJAAR (NGD, 2017)

Na figura 8 pode ser observada a lista com todos os produtos produzidos pela AJAAR dentro da categoria de panificados.

Figura 8 - Lista de Produtos

Lista de Produtos AJAAR		
 PÃES	 BOLOS E CUCAS	 BISCOITOS
<p>Embalagens de: 380g, 400g, 650g 700g e 1.340g</p> <p>Pão de Batata, de aipim, de milho, integral, de biomassa de banana, temperado, de inhame, integral e linhaça, de grãos, de aipim com biomassa, de trigo, de centeio; Pão escaldado, escaldado com cará, escaldado com aipim Pão folha, folha de beterraba, de folha integral, de folha couve de folha cebolinha e salsa, de Folha páprica picante; Mini massinha doce com fibras; Pão fit; Pão de Hamburger; Brioche;</p>	<p>Embalagens de: 250g,300g,400g,500g, 600g e 800g</p> <p>Bolo de laranja, cenoura, de chocolate, de fubá, de aipim; Strudel de maçã, de banana, de queijo, de calabresa e de palmito; Rocambole de amendoim, de chocolate, de goiaba, de doce de leite, de laranja, de brigadeiro, de creme branco, de leite condensado e amendoim. Bolo formigueiro; Toalha felpuda; Torta alemã; Quadrado de vovó; Panetone, chocotone; Nega maluca; Bolo inglês; Cuca de farofa, de queijo, uva, abacaxi, morango, abacaxi com nata, chocolate, amendoim e chocolate, amora, laranja, manacubiu, mamão, nata com canela, ameixa preta com damasco, goiaba com farofa. Cuca de banana com farofa, com canela e açúcar; Cuca de côco, com chocolate, com abacaxi; Cuca de maçã com castanha, com farofa.</p>	<p>Embalagens de: 100g, 150g, 200g, 250g, 500g, 1kg</p> <p>Biscoito de natal com melado e sem melado, de castanha, de aveia, de nata, de laranja, de canela, de araruta, de amendoim, de côco, de côco com araruta, de leite em pó, de aveia e chocolate, côco light, amendoim com chocolate, maracujá, fubá; Cookies de chocolate com castanha, de brigadeiro, de nata com chocolate; Biscoito amanteigado, de côco, com gotas de chocolate; Goiabada amanteigada; Orelha de gato, Casadinho; Pão de mel, mel e gengibre; Sequitos, de côco; Suspiro de amendoim; Bolacha branca diet, de nata diet, de laranja diet, de limão diet, araruta e coco integral, araruta e côco diet, rosas de açúcar; Palito de queijo, com cebolinha e salsinha, com tomate seco, com pimenta, com orégano, com alho, palito de orégano, integral com gergelim e linhaça.</p>

Fonte: A Autora, com base em levantamento junto à AJAAR (NGD, 2017)



Etapa 0: Prospecção

Nesta etapa é realizado uma espécie de estudo prévio que conduzirá o projeto. Este estudo inclui uma pesquisa no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), além da construção de um cronograma que irá ajudar no controle do seguimento do projeto e da definição dos Blocos de Referência proposto por Merino (2016).

INPI

O Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) é um órgão federal brasileiro ligado ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços encarregado de gerir o sistema de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria. Nele, estão registradas as “(...) marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, programas de computador e topografias de circuitos, as concessões de patentes e as averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia” (INPI, 2016⁵)

Após pesquisa realizada na ferramenta de busca de Propriedade Industrial no site do INPI, foi constatado que a AJAAR (Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais) é a única marca encontrada com este nome e está com o registro de marca em vigor (figura 9).

Figura 9 - Consulta ao INPI

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

> Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (14/08/2017 às 16:02:53)

Marca: "AJAAR"

Foram encontrados 1 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
908807147	23/12/2014	AJAAR	Registro de marca em vigor	ASSOCIAÇÃO JOINVILLENSE DE AGROINDÚSTRIAS ARTESANAIS RURAIS	NCL(10) 35


Páginas de Resultados:
1

Fonte: INPI (2017)

⁵ Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/sobre/estrutura>> Acesso em 01 de Maio de 2017.

A marca está registrada na classe Nice NCL(10) 35, referente à “Propaganda; gestão de negócios; administração de negócios; funções de escritório.”, como pode ser visto na figura 10.

Figura 10 - Consulta ao INPI: detalhamento

 BRASIL	Acesso à Informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: No Processo | Marca | Titular | Cód. Figura] 1/1

Marca

Nº do Processo: **908807147**
 Titular: ASSOCIAÇÃO JOINVILLENSE DE AGROINDUSTRIAS ARTESANAIS RURAIS
 Marca: AJAAR
 Procurador: ELAINE LAU DA SILVA PEREIRA
 Data do Depósito: 23/12/2014
 Data da Concessão: 04/07/2017
 Situação: Registro de marca em vigor **Vigência: 04/07/2027**
 Apresentação: Nominativa
 Classe Nice: NCL(10) 35
 Natureza: De Serviço
 Especificação: Comércio de produtos artesanais alimentícios; serviços prest...

Prazos para a Prorrogação
 Início do Prazo Ordinário: 05/07/2026
 Fim do Prazo Ordinário: 04/07/2027
 Início do Prazo Extraordinário: 05/07/2027
 Fim do Prazo Extraordinário: 04/01/2028

Classe Nice - Revisão: (10)

Propaganda; gestão de negócios; administração de negócios; funções de escritório.

Pgo	Protocolo	Data	Img	Serviço	Cliente	Delivery	Data
✓	800170185386	12/06/2017	-	372	ASSOCIAÇÃO JOINVILLENSE DE AGROINDUSTRIAS ARTESANAIS RURAIS		-
✓	850140276970	23/12/2014	-	394	ASSOCIAÇÃO JOINVILLENSE DE AGROINDUSTRIAS ARTESANAIS RURAIS		-

RPI	Data RPI	Despacho	Complemento do Despacho
2426	04/07/2017	Concessão de registro	
2418	09/05/2017	Deferimento do pedido	
2302	18/02/2015	Publicação de pedido de registro para oposição (exame formal concluído)	

Fonte: INPI (2017)

Blocos de Referência

Durante a prática projetual o designer deve estar ciente da interação entre o produto que será criado, o usuário deste produto, e o contexto que ele será inserido (figura 11). Estes três conceitos são chamados de Blocos de Referência, pois sempre “(...)projetamos algo (produto), para alguém (usuário) em algum lugar (contexto)” (Merino, 2016).

Entende-se por Produto o resultado de um projeto, podendo ser tangível, como um produto físico ou peça gráfica por exemplo, ou intangível, como um produto digital ou serviço. No caso deste projeto, o Produto é o sistema de identidade visual e suas aplicações.

O Usuário refere-se à quem irá se utilizar do produto, neste caso deve-se incluir todos os envolvidos com o produto, e não apenas o usuário final. Neste projeto, caracteriza-se como Usuário os produtores de panificados, assim como todos os envolvidos no processo de produção e venda do produto, e os consumidores finais.

O Contexto diz respeito ao meio onde acontece a interação do produto com o usuário, ou seja, onde o produto está inserido. Neste projeto o contexto pode ser tanto no ponto de venda, como no ambiente em que o produto será consumido.

Figura 11 - Blocos de Referência



Fonte: A Autora

Etapa 1: Levantamento de Dados

Nesta etapa o projeto é definido e encaminhado com base em um levantamento de dados, que envolve pesquisa do histórico do produto, análise de concorrentes e similares, entre outros, sempre compreendendo os dados dentro dos blocos de referência: Produto, Usuário e Contexto. Neste estágio é possível identificar as necessidades de projeto, os problemas encontrados, conhecer os usuários e elaborar estratégias para que o produto se diferencie de seus concorrentes.

Produto

A AJAAR, fundada em 25 de Setembro de 2000, é composta de 49 associados, onde 15 deles são produtores de panificados, que incluem a confecção de pães, bolos,ucas e biscoitos.

Análise Diacrônica

Análise Diacrônica define-se como a pesquisa do histórico de determinado produto. Segundo Brod Junior (2010), a Análise Diacrônica é fundamental para reconhecer o desenvolvimento histórico e coletar material sobre o produto, a fim de demonstrar e comparar suas mutações ao longo do tempo.

Neste Projeto, foi descrita a Análise Diacrônica dos panificados caseiros, dando ênfase aos produtos que foram abordados no projeto. São eles: pães, bolos eucas, e biscoitos.

a) Pães

Estima-se que o pão tenha surgido há 12 mil anos na Mesopotâmia juntamente com o cultivo do trigo. Nesta época, os pães eram feitos de farinha misturada com o fruto do carvalho. Os primeiros pães eram achatados, duros, secos e muito amargos. Para que fossem ingeridos, o pão era lavado várias vezes em água fervente e depois era assado sobre pedras ou embaixo de cinzas.⁶

O processo de fermentação, que dá ao pão o aspecto que conhecemos hoje em dia, foi descoberto pelos egípcios entre 7000 a.C. e

⁶ Disponível em: <<http://brasilescola.uol.com.br/curiosidades/pao-na-historia.htm>>
Acesso em: 17 de Maio de 2017

4000 a.C.⁷ Em 2500 a. C. foram encontradas pinturas mostrando o sistema de fermentação dos egípcios sobre tumbas de reis que viveram na época.⁷ No Egito, o pão pagava salários aos camponeses, que ganhavam três pães e dois cântaros de cerveja por dia de trabalho. Nesta época foi assado o primeiro pão em forno de barro.⁸ Por volta de 800 a.C. o pão começou a ser produzido em Roma, e em 500 a.C. foi criada a primeira escola de padeiros em Roma.⁷

O pão chegou à Europa aproximadamente em 250 a.C. No início era preparado em padarias, porém, com a queda do império romano as padarias fecharam e o pão começou a ser feito em casa.⁵ Por volta de 100 a.C. o pão de massa fermentada já era conhecido em grande parte do mundo. Nesta época, padeiros gregos trouxeram a arte de panificar pães e bolos para Roma.⁹ Com o início da Idade Média, por volta de 476 d.C. as padarias acabaram e a produção voltou a ser caseira, então as pessoas voltaram a comer pão sem fermento. No século XVII a França se destacou mundialmente, desenvolvendo técnicas aprimoradas na fabricação de pão.⁸

A partir do século XVIII, houve a introdução da produção industrial de levedura de panificação, que permitiu a produção do pão como conhecemos hoje.⁸

O pão começou a ser popular no Brasil por volta do século XIX, onde houve o início da industrialização do pão por meio de máquinas. Nesta época, os consumidores e os padeiros rejeitaram o pão feito mecanicamente, pois cada máquina substituía dois padeiros. No século XX surgiu a receita do pão francês, que se difere do pão europeu por conter açúcar e gordura na massa.⁸ Hoje, devido à grande troca cultural, conhecemos uma infinidade de tipos de pães. Cada povo e região do mundo tem seu pão típico.¹⁰ O infográfico abaixo (figura 12) mostra um resumo da história do pão.

⁷ Disponível em: <<http://historiadomundo.uol.com.br/curiosidades/breve-historia-do-pao.htm>> Acesso em 17 de Maio de 2017

⁸ Disponível em: http://www.padariaflordemaio.com.br/paginas_site/default.asp?PAG_SEQ=1863 Acesso em 17 de Maio de 2017

⁹ Disponível em: <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/culinaria/historia-do-pao>> Acesso em 17 de Maio de 2017

¹⁰ Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alimentus1/pao/curiosidades/historia.htm>> Acesso em 17 de Maio de 2017

Figura 12 - História do Pão



Fonte: A Autora

b) Bolos e Cucas

Os primeiros bolos surgiram no Egito Antigo por volta de 700 a.C., onde eram preparados com pão adoçado com xaropes de frutas tâmaras e passas.

Na Roma antiga, era costume das famílias com maior poder aquisitivo servir bolos em casamentos. Estes eram preparados com ingredientes especiais, como frutas secas, nozes e mel e eram tradicionalmente usados como oferenda aos deuses. Nesta ocasião, o bolo não era consumido, os convidados o amassavam por cima da cabeça da noiva, como se faz hoje em dia com o arroz, com o objetivo de que os deuses presentearassem os noivos com prosperidade, sorte e fertilidade (CASTRO, 2010).

No período renascentista, entre os séculos XIV e XVI, o bolo foi aperfeiçoado pelos romanos, que dominavam a técnica da fermentação. O bolo foi batizado com este nome por causa do formato redondo, vindo de bola.¹¹

No Brasil, o primeiro bolo apareceu pela primeira vez em 1500, dois dias após Pedro Álvares de Cabral chegar em Porto Seguro. A partir desta data, as receitas com açúcar começaram a ser produzidas com maior frequência, e as técnicas de preparo eram enriquecidas pela oferta de frutas tropicais e pelas adaptações de ingredientes que se fizeram necessárias (CASTRO, 2010).

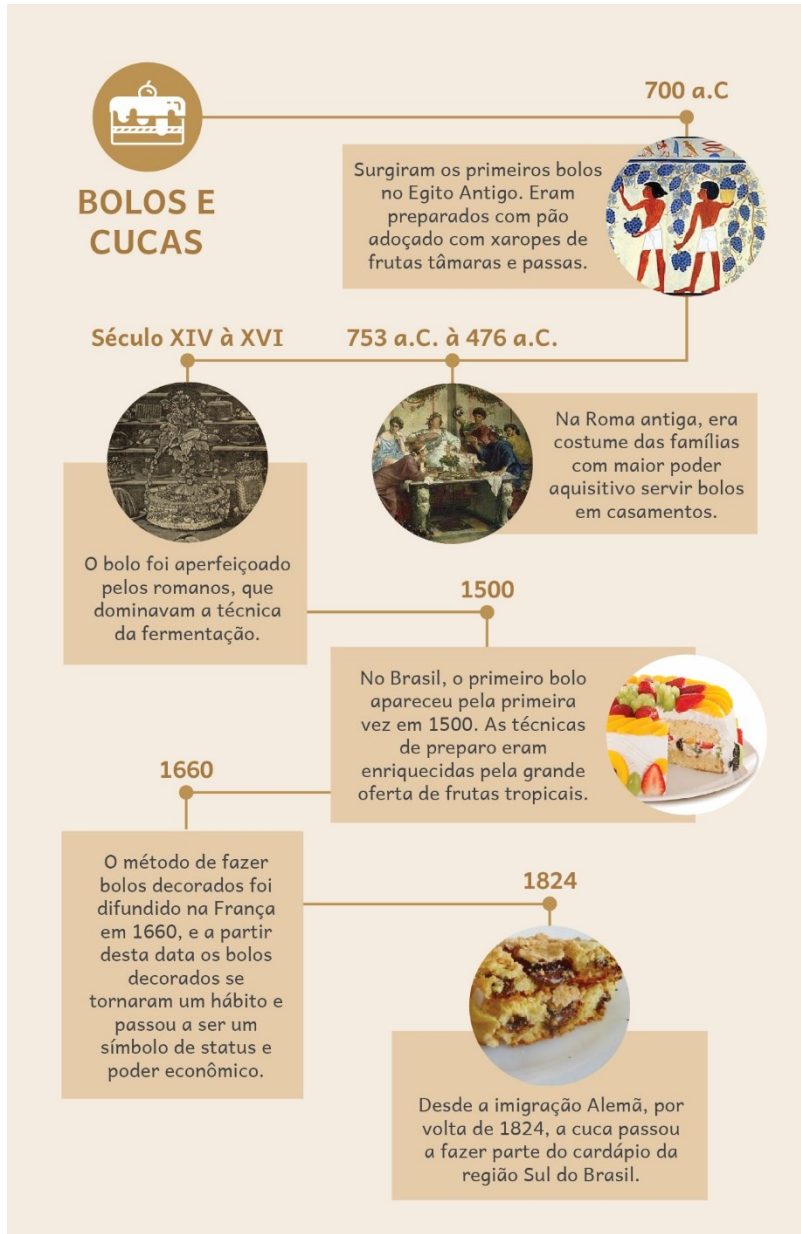
A Itália foi um dos primeiros países a produzir bolos decorados. O primeiro bolo preparado em andares foi feito quando Catarina de Médici se casou com o rei da França, Henrique II. O método de fazer bolos decorados foi difundido na França em 1660, e a partir desta data os bolos decorados se tornaram um hábito e passou a ser um símbolo de status e poder econômico (CASTRO, 2010).

A cucas são um tipo de bolo alemão coberto com uma farofa doce crocante. Desde a imigração Alemã, por volta de 1824, a cuca passou a fazer parte do cardápio da região Sul do Brasil.¹² A figura a seguir mostra os principais pontos da história dos bolos e cucas.

¹¹ Disponível em: < <http://www.bonde.com.br/gastronomia/bonde-cozinha/com-mais-de-300-anos-bolo-de-chocolate-continua-em-alta-176778.html> > Acesso em 19 de Maio de 2017

¹² Disponível em: <<http://cucasfinas.blogspot.com.br/p/a-cuca-na-historia.html>> Acesso em 19 de Maio de 2017

Figura 13 - História dos bolos e cucas



Fonte: A Autora

c) Biscoitos

No Antigo Egito, foram encontradas dentro na tumba do Faraó Ti, pinturas representando um trabalhador assando biscoitos. Os assírios, que viveram na Mesopotâmia de 1700 à 612 a. C., preparavam uma massa de cevada e trigo, assada lentamente em vasos de barro. Já na Grécia, os Dipires – ou pães assados duas vezes –, também marcaram o nascimento do biscoito.¹³

Uma das primeiras funções do biscoito foi servir como suprimento de batalha. Na Roma antiga, os padeiros assavam os pães mais de uma vez para abastecer as tropas.¹²

Na corte francesa em 1533, os cozinheiros de Catarina de Médici criaram confeitos refinados como brioches e biscoito champanhe. Na França, sob os reinados de Luís XIV e Luís XV voltou-se a fabricar os biscoitos, na época chamados de pães de pedra, que depois foram adaptados ao formato quadrado, pesando 200g cada peça.¹²

Durante os séculos XV e XVI, o biscoito era a base alimentar das tripulações dos navios durante as navegações portuguesas. Este biscoito consistia em um pão de farinha de trigo, de forma achatada e cozido duas, três ou mais vezes, a fim de secá-lo e aumentar a durabilidade do alimento.¹⁴

Em meados do século XVII, a popularidade do biscoito cresceu na Europa, começou-se então a adicionar chocolate ou chá ao biscoito, com o propósito de criar aroma e sabor. A partir deste momento, investia-se nos mais variados tipos de gostos e aromar a fim de incentivar as vendas.¹⁵

Na Inglaterra, por volta do século XIX, teve início a fabricação industrial do biscoito, fazendo-o perder sua característica militar e ganhando status de luxo. A empresa Carr's, precursora na industrialização, expandiu a produção de biscoitos e passou a exportar para países onde se consumia chá, adaptando-o para acompanhar a bebida.¹²

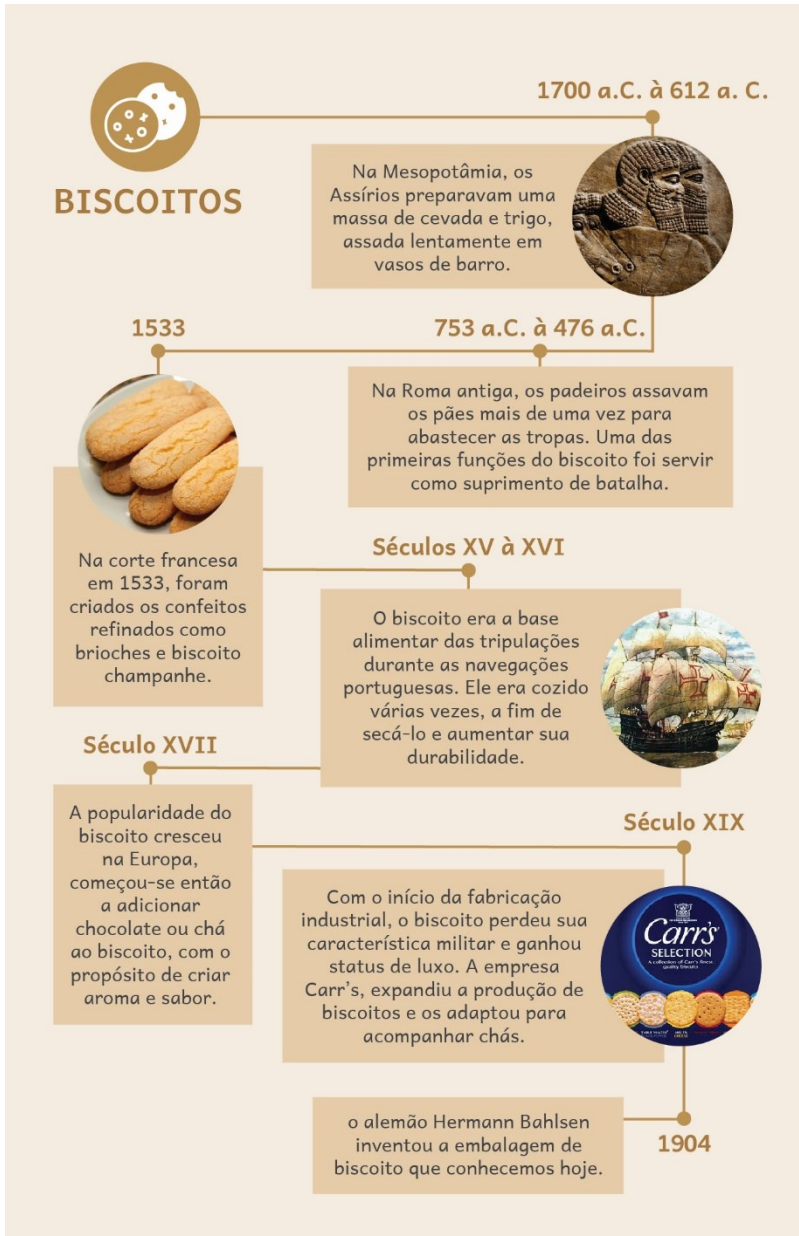
Em 1904, o alemão Hermann Bahlsen inventou uma embalagem hermeticamente fechada para conservar as características do biscoito. Este modelo ainda é utilizado na maioria das embalagens de conhecemos hoje.¹² A figura 14 mostra um resumo da análise diacrônica dos biscoitos.

¹³ Disponível em: <http://www.krokero.com.br/informativos/conheca_um_pouco_da_historia_do_biscoito> Acesso em 19 de Maio de 2017

¹⁴ Disponível em: <<http://rsamaquinas.com.br/site/a-origem-do-biscoito/>> Acesso em 19 de Maio de 2017

¹⁵ Disponível em: <<http://www.caminhodovinho.tur.br/a-historia-do-biscoito/>> Acesso em 19 de Maio de 2017

Figura 14 - História dos Biscoitos



Fonte: A Autora

Análise Sincrônica

A Análise Sincrônica auxilia no reconhecimento do universo atual onde o produto e seus concorrentes estão inseridos, analisando o tipo de linguagem e recursos gráficos que utilizam, reconhecendo assim o universo do produto a fim de evitar reinvenções, comparações e críticas. (BROD JUNIOR, 2010). A Análise Sincrônica serve também como forma de analisar uma maneira de se diferenciar dos concorrentes, utilizando uma linguagem distinta da que está sendo usada no mercado.

Na análise sincrônica a seguir (tabela 1 à tabela 9) são analisadas as embalagens dos similares locais, nacionais e internacionais dos panificados caseiros, observando suas embalagens, cores predominantes, tipografia utilizada, forma e composição, e conceitos transmitidos. A análise foi dividida em pães, bolos e cucas e biscoitos.

Tabela 1 - Pães: Análise Sincrônica Local

 Pães - Local			
MARCA			
INFORMAÇÕES	Steinbach (São José - SC)	Lombardo Pão Italiano (Florianópolis - SC)	Família Lorenzi Pães Artesanais (Florianópolis - SC)
EMBALAGEM			
CORES			
TIPOGRAFIA	Tipografia serifada acompanhada de fonte cursiva; Contraste entre linhas finas e grossas.	Tipografia caligráfica acompanhada de tipografia serifada em caixa alta.	Tipografia cursiva acompanhada de tipografia sem serifa.
FORMA E COMPOSIÇÃO	Embalagem: Saco plástico com adesivo. Formas arqueadas. Composição linear centralizada e vertical.	Embalagem: Saco de papel com o logo da empresa. Traços finos, composição centralizada.	Embalagem: Saco de papel, não possui o logo da empresa. Ilustração com formas orgânicas, traços espessos, cantos arredondados.
CONCEITOS	Caseiro Qualidade	Artesanal Qualidade	Artesanal Familiar

Fonte: A Autora

Tabela 2 - Pães: Análise Sincrônica Nacional

 Pães - Nacional			
MARCA			
INFORMAÇÕES	Degusta-me Pães Artesanais (Vitória - ES)	Canto do Pão (Rio de Janeiro - RJ)	Jardim do Pão (Rio de Janeiro - RJ)
EMBALAGEM			
CORES			
TIPOGRAFIA	Tipografia cursiva com apoio de tipografia sem serifa.	Tipografia manual caligráfica com apoio de tipografia sem serifa.	Tipografia serifada em caixa alta.
FORMA E COMPOSIÇÃO	Embalagem: Plástico filme com adesivo e amarração. Formas orgânicas e circulares. Arabescos. Equilíbrio.	Embalagem: Saco plástico com adesivo e amarração em arame metálico. Formas circulares, composição centralizada.	Embalagem: Bandeja dentro de saco plástico transparente amarrado com arame metálico. Formas orgânicas, contraste entre traços finos e grossos.
CONCEITOS	Artesanal Diferenciado	Artesanal Familiar	Artesanal Saudável Saboroso

Fonte: A Autora

Tabela 3 - Pães: Análise Sincrônica Internacional

 Pães - Internacional			
MARCA			
INFORMAÇÕES	Pão Nosso (Porto - Portugal)	Hearth Artisan Bread (Massachusetts - EUA)	Pan Pan Atelier (Valência - Espanha)
EMBALAGEM			
CORES			
TIPOGRAFIA	Tipografia sem serifa, caixa alta, bordas quadradas.	Tipografia caligráfica com tipografia de apoio serificada.	Tipografia sem serifa, caixa baixa, traços espessos.
FORMA E COMPOSIÇÃO	Embalagem: Saco plástico com embalagem exterior de papel, com alça e adesivo selando abertura. Composição minimalista, centralizada.	Embalagem: Saco plástico com adesivo retangular. Formas fluidas, contraste entre linhas finas e grossas. Composição centralizada.	Embalagem: Papel manteiga com padronagem zigzag e sacola branca com a mesma padronagem.
CONCEITOS	Artesanal Natural	Artesanal Qualidade	Artesanal Autêntico

Fonte: A Autora

Tabela 4 – Bolos e Cucas: Análise Sincrônica Local

 Bolos e Cucas - Local			
MARCA			
INFORMAÇÕES	Tartas e Tortas (Florianópolis - SC)	Bolo Fofo (Florianópolis - SC)	La Pati Patisserie (Santo Amaro da Imperatriz - SC)
EMBALAGEM			
CORES			
TIPOGRAFIA	Tipografia serifada com tipografia de apoio caligráfica. Traços finos e delicados.	Tipografia cursiva, com apoio de tipografia sem serifa, traços finos.	Tipografia serifada com apoio de tipografia sem serifa. Contraste entre linhas finas e grossas.
FORMA E COMPOSIÇÃO	Embalagem: Bandeja de plástico preta com tampa transparente e adesivo circular em cima. Formas arredondadas, traços finos.	Embalagem: Bandeja de plástico preta com tampa transparente, amarrada com laço e tag com logo e informações sobre o produto.	Embalagem: Bandeja de papel, com celofane transparente amarrado com fita e tag com o logo e informações sobre a marca e o produto. Composição centralizada.
CONCEITOS	Tradicional Acolhedor	Caseiro Qualidade	Artesanal Único

Fonte: A Autora

Tabela 5 – Bolos e Cucas: Análise Sincrônica Nacional

 Bolos e Cucas - Nacional			
MARCA			
INFORMAÇÕES	Doce Aju (Sergipe – SE)	Pedacinhos de Amor (Porto Alegre)	Cheiro de Bolo (Curitiba – PR)
EMBALAGEM			
CORES			
TIPOGRAFIA	Tipografia cursiva com contorno e apoio de tipografia sem serifa. Cantos arredondados.	Tipografia caligráfica com apoio de tipografia sem serifa. Contraste entre linhas finas e linhas grossas.	Tipografia cursiva, cantos arredondados, traços espessos.
FORMA E COMPOSIÇÃO	Embalagem: Bandeja de plástico preta com tampa transparente e adesivo circular em cima. Composição centralizada.	Embalagem: Bandeja de alumínio coberta com plástico filme, e adesivo retangular em cima.	Embalagem: saco de plástico amarrado com laço e adesivo com o logo da empresa.
CONCEITOS	Caseiro Saboroso	Caseiro Carinho	Caseiro Familiar











Fonte: A Autora

Tabela 6 – Bolos e Cucas: Análise Sincrônica Internacional

 Bolos e Cucas - Internacional			
MARCA			
INFORMAÇÕES	Just Desserts (São Francisco - EUA)	The Cake & Carrot Company (EUA)	Four Angels (Inglaterra)
EMBALAGEM			
CORES			
TIPOGRAFIA	Tipografia sem serifa condensada, com apoio de tipografia serifada. Traços espessos.	Tipografia sem serifa condensada com contorno. Com apoio de tipografia serifada. Contraste entre traços finos e grossos.	Tipografia manual, traços espessos, com tipografia de apoio sem serifa, arredondada.
FORMA E COMPOSIÇÃO	Embalagem: Bandeja com tampa plástica, adesivo retangular com selo de segurança.	Embalagem: caixa de papelão com adesivo retangular. Formas curvas, traços retos, linhas finas. Composição centralizada, poucos elementos.	Embalagem: caixa de papelão com janela circular. Foto do produto, alinhamento à esquerda, formas rústicas contrastando com traços finos e retos.
CONCEITOS	Artesanal Qualidade	Artesanal Qualidade	Artesanal Refinado

Fonte: A Autora

Tabela 7 - Biscoitos: Análise Sincrônica Local

 Biscoitos - Local			
MARCA			
INFORMAÇÕES	Di Floripa (Palhoça - SC)	Biscoitos da Leth (Blumenau - SC)	Produtos Coloniais Vó Julia (Sangão - SC)
EMBALAGEM			
CORES			
TIPOGRAFIA	Tipografia caligráfica, contraste entre traços finos e grossos.	Tipografia sem serifa. Contraste entre traços finos e grossos.	Tipografia cursiva com contorno. Com tipografia de apoio serifada. Espessura grossa.
FORMA E COMPOSIÇÃO	Embalagens plásticas com ilustrações locais de Santa Catarina para cada sabor diferente. Formas fluidas e orgânicas.	Embalagem: caixinha cartonada em papel kraft. Formas orgânicas e delicadas, traços finos, arabescos. Composição centralizada.	Embalagem: saco plástico com adesivo. Formas arredondadas, traços espessos, ilustração detalhada. Composição centralizada.
CONCEITOS	Nativo Sofisticado	Saboroso Amigável	Caseiro Familiar











Fonte: A Autora

Tabela 8 - Biscoitos: Análise Sincrônica Nacional

 Biscoitos - Nacional			
MARCA			
INFORMAÇÕES	Tia Fatinha Biscoitos Caseiros (Santa Bárbara - MG)	Mosmann Sabor Colonial (Parobé - RS)	Anelu (Caxias do Sul - RS)
EMBALAGEM			
CORES			
TIPOGRAFIA	Tipografia serifada, caixa alta, condensada com traços finos. Acompahada de fonte cursiva.	Tipografia serifada, caixa baixa, com apoio de tipografia cursiva.	Tipografia serifada, cantos arredondados, traços espessos. Tipografia de apoio cursiva.
FORMA E COMPOSIÇÃO	Embalagem: Saco plástico amarrado com fita, dentro de caixinha com faca especial aberta em cima.	Embalagem: Caixinha retangu- lar, padronagem zigzag, formas geométricas e curvas, composição centralizada, presença de ícones.	Embalagem: Saco plástico com tag de papelão grampeada. Formas arredonda- das. Composição em linhas diagonais.
CONCEITOS	Caseiro Saboroso	Caseiro Tradição Qualidade	Artesanal Qualidade

Fonte: A Autora

Tabela 9 - Biscoitos: Análise Sincrônica Internacional

 Biscoitos - Internacional			
MARCA			
INFORMAÇÕES	Degusta-me Pães Artesanais (Vitória - ES)	Biscotti Brothers (Pensilvânia)	Biscotti Brothers (Pensilvânia)
EMBALAGEM			
CORES			
TIPOGRAFIA	Tipografia cursiva, formas arredondadas, traços finos.	Tipografia sem serifa, caixa alta com contorno. Traços geométricos.	Tipografia caligráfica com apoio de fonte sem serifa no logo. Na embalagem, tipografia sem serifa condensada com serifada espessa.
FORMA E COMPOSIÇÃO	Embalagem: Caixa de papelão que remete à um forno, ilustrações imitam bocas e botões do fogão, biscoitos dispostos em bandejas dentro da caixa. Informações na parte traseira.	Embalagem: Caixa de plástico com adesivo centralizado selando a abetura. Formas retas, traços finos, composição alinhada ao centro.	Embalagem: Caixa retangular com janela. Formas orgânicas, contraste entre traços finos e grossos, composição alinhado ao centro.
CONCEITOS	Caseiro Divertido Singular	Artesanal Tradicional	Qualidade Tradicional

Fonte: A Autora

Análise Morfológica

Segundo Brod Junior (2010), a análise morfológica estuda o produto considerando a simetria, harmonia, equilíbrio e posição dos elementos que compõem sua estrutura, além de analisar cor e textura.

As embalagens de pães são apresentadas no mercado em sacos plásticos de 380g, 400g, 650g, 700g e 1,340g. As embalagens de Bolos são apresentadas em bandejas de isopor dentro de sacos plásticos nos pesos 250g, 300g, 400g, 500g, 600g e 800g. As cucas são embaladas em bandejas de isopor dentro de sacos plásticos, assim como os bolos, no peso de 500g. Os biscoitos são embalados em sacos plásticos de 100g, 150g, 200g, 250g, 500g e 1kg. Alguns biscoitos são embalados em bandejas de isopor dentro de sacos plásticos, como pode ser visto na figura 15.

Figura 15 - Biscoito em bandeja de isopor



Fonte: A Autora

Como pode ser visto na figura 16, alguns biscoitos são embalados em sacos plásticos estampados com o rótulo adesivo padrão da AJAAR, e outros em plásticos transparentes selados com arame e com o rótulo adesivo.

Figura 16 - Embalagens de Biscoito



Fonte: A Autora

O rótulo possui este formato cortado em curvas por ter sido projetado inicialmente para os potes de geleias que são multifacetados, como pode ser visto na figura 17.

Figura 17 – Aplicação do rótulo na embalagem de geleia



Fonte: A Autora

Observa-se uma falta de uniformidade nas embalagens de biscoitos, pois cada uma é embalada de um jeito diferente. Nota-se também falta de harmonia e equilíbrio na organização dos elementos no rótulo, além de estarem organizados sem muita hierarquia de informações e com pouca área de respiro. As cores usadas são as mesmas da identidade visual, marrom e laranja, com um amarelo claro como cor de fundo, e preto para os elementos textuais. Pode-se notar nas embalagens que o nome do produto é feito com carimbo, a data de fabricação é escrita à mão, e a validade é pré-determinada.



Usuário/Consumidor

Segundo uma pesquisa da POPAI Brasil¹⁶, 81% da decisão de compra é feita pelo consumidor no local de venda, ou seja o design de embalagem tem grande influência na venda de um produto (NEGRÃO; CAMARGO, 2008). De acordo com uma pesquisa produzida pela FIESP¹⁷ sobre o perfil do consumo de alimentos no Brasil, 59% dos consumidores considera a confiabilidade da marca um fator importante na hora da compra, e 47% prefere escolher o produto pelo sabor.

O mercado de panificação está em crescimento, e ainda tem muito espaço para crescer no Brasil. Os pães caseiros representam 88% do consumo de pães no Brasil.¹⁸

A produção de bolos caseiros tem conquistado os usuários pelo forte apelo nostálgico, pois além de fazer parte da cultura e dos hábitos alimentares dos brasileiros, lembra aos consumidores as receitas caseiras feitas por mães e avós (CANDIDO; BEZERRA, 2014).

Segundo pesquisa realizada pelo SISMABESP¹⁹ e ANIB²⁰, 70% das compras de biscoitos são feitas pelas mulheres, além disso o estudo aponta

¹⁶ The Global Association for Marketing at Retail < <http://www.popaibrasil.com.br>>

¹⁷ Disponível em: <http://www.abic.com.br/media/EST_PESQFoodTrendsI.pdf> Acesso em 31 de Maio de 2017

¹⁸ Disponível em: < <http://www.sindipanjf.com.br/industrializados-ou-caseiros-qual-a-preferencia-dos-brasileiros-na-hora-de-consumir/>> Acesso em 31 de Maio de 2017

¹⁹ Sindicato da Indústria de Massas e Biscoitos do Estado de São Paulo < <http://www.simabesp.org.br>>

²⁰ Associação Nacional da Indústria de Biscoito

que homens preferem biscoitos salgados, enquanto mulheres optam pelos biscoitos doces e amanteigados e crianças preferem os recheados.²¹

Segundo Brito e Xavier (2016), a procura dos consumidores por produtos feitos artesanalmente se deve à falta de confiança em processos de produção industrializados ou desconhecidos e à preferência por alimentos produzidos localmente e qualificados como ambiental, econômico e socialmente sustentáveis. Brito e Xavier (2016) apontam que produtos artesanais possuem maior significado simbólico e emocional aos consumidores, uma vez que remetem à ideia de qualidade, pois segundo Zuin & Zuin (2008), como citado por Brito e Xavier (2016), a procura pela qualidade dos produtos artesanais se deve tanto pela questão da saúde, quanto pela, tradição, origem e raízes, visto que estes produtos trazem consigo a história de uma comunidade, região ou grupo, tornando-os únicos.



Contexto

Compreender o contexto onde o produto está inserido é de extrema importância na metodologia GODP, pois desta forma é possível projetar pensando no local onde ele está inserido e onde será utilizado. No caso da AJAAR, o contexto é a cidade de Joinville, localizada na região Norte de Santa Catarina (figura 18).

Figura 18 - Joinville Destacada no mapa de Santa Catarina



Fonte: A Autora

²¹ Disponível em: <<http://www.saborbarion.com.br/preferencias-do-consumidor-de-biscoitos-no-brasil/>> Acesso em 31 de Maio de 2017

Joinville é a maior e mais populosa cidade do Estado, contando com aproximadamente 546.981 habitantes, segundo dados da Prefeitura de Joinville (2017)²². Além disso, se destaca por ser o polo industrial da região Sul do Brasil, concentrando grande parte da atividade econômica nos setores metalmeccânico, têxtil, metalúrgico, plástico, químico e farmacêutico²¹.

Segundo dados da Fundação Municipal de Desenvolvimento Rural, a área de Panificação é a segunda maior geradora de empregos diretos no setor de Agroindústria Artesanal de Alimentos (figura 19).

Figura 19 - Dados da Agroindústria Artesanal de Alimentos

ÁREA	UNIDADES	EMPREGOS DIRETOS
Panificação (pães, bolachas, cucas, bolos) e massas	15	27
Produtores de melado e musse	8	22
Produtores de aipim descascado	12	29
Produtores de geleias	6	13
Produtores de conservas	5	7
Produtores de polpa	1	4
Total	47	102

Fonte: Prefeitura de Joinville²¹

Joinville tem grande importância no contexto de panificados, principalmente na questão das cucas, que é uma das iguarias mais queridas pelos moradores de Joinville e pelos que visitam a cidade, possuindo um festival dedicado à ela. Conhecido como Festival de Cucas, o evento, que virou tradição em Joinville, ocorre nos meses de Maio e Junho, e nele os moradores da cidade elaboram receitas diferentes de cucas e participam de um concurso aberto ao público para a escolha da melhor receita. Em virtude da grande apreciação pelas cucas, o concurso atrai centenas de pessoas todos os anos.²³

A Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais comercializa seus produtos em feiras, supermercados e padarias de Joinville. Além disso tem interesse em posicionar seus produtos em Florianópolis.

A AJAAR vende alguns de seus produtos para outras cidades, e durante a visita ao empreendimento, foi relatado que durante o transporte os produtos são danificados por conta da embalagem, principalmente os biscoitos que sempre chegam ao local quebrados. Também acontecem com os bolos e cucas, e os pães,

²² Disponível em: <<https://www.joinville.sc.gov.br/wp-content/uploads/2016/01/Joinville-Cidade-em-Dados-2017.pdf>> Acesso em 31 de Maio de 2017

²³ Disponível em: <<https://hotelbavarium.com.br/tudo-sobre-o-festival-de-cucas-de-joinville>> Acesso em 15 de Junho de 2017

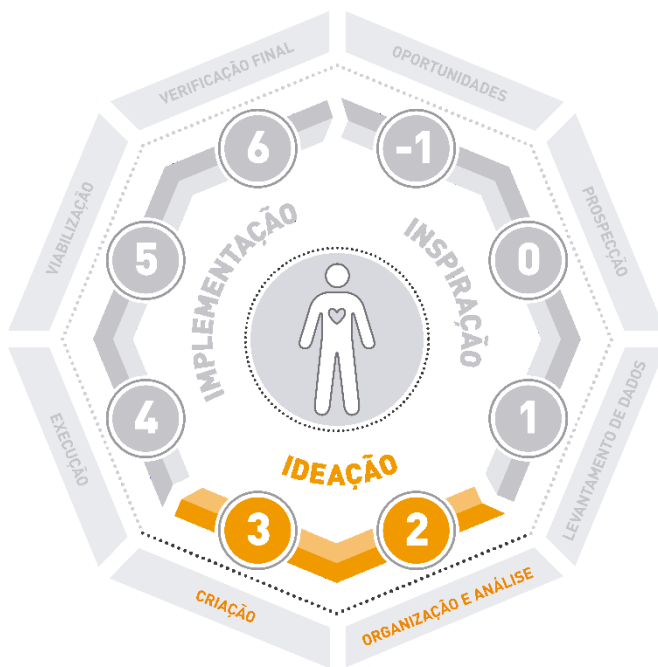
que podem chegar amassados ao local. Por este motivo, a embalagem nova deve ser resistente a fim de impedir os danos causados pelo transporte.

Durante o uso dentro de casa, os consumidores nem sempre consomem todo o produto de uma vez, e algumas embalagens não possuem sistema de fechamento após aberto, sendo necessário mudar o produto para outro recipiente, prender com um grampo, ou apenas manter o produto aberto. Por este motivo, seria interessante que as novas embalagens possuissem sistema abre-fecha.

3.2 MOMENTO IDEACÃO (ETAPAS 2 E 3)

O Momento Ideação diz respeito às etapas Organização e Análise (etapa 2), e Criação (etapa 3), como pode ser visto na figura abaixo.

Figura 20 - GODP: Momento Ideação



Fonte: Merino (2016)

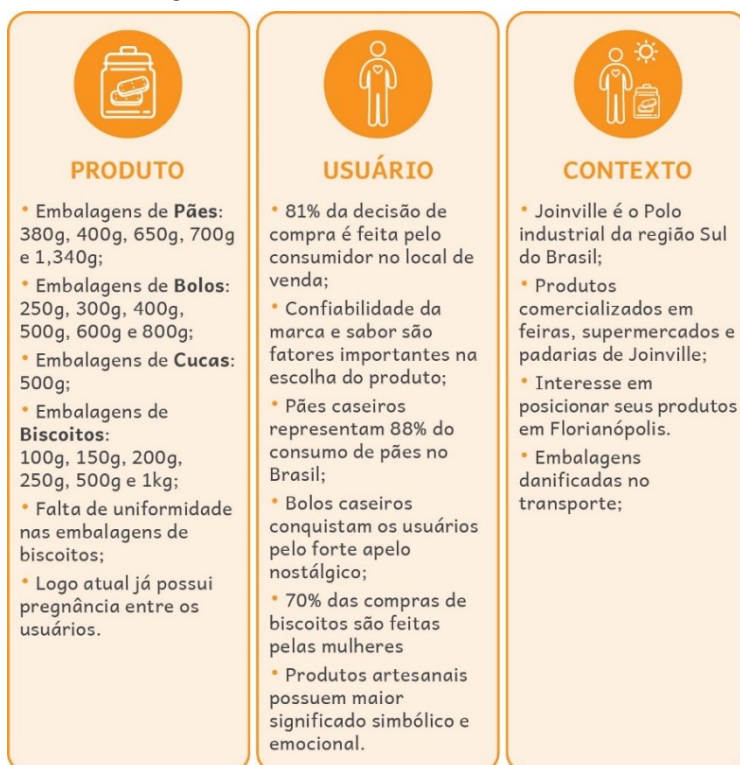
2 Etapa 2: Organização e Análise

Na etapa 2 da Metodologia GODP, os dados coletados na etapa anterior são organizados e analisados. São gerados então os Requisitos de Projeto que nortearão o desenvolvimento do produto, no caso deste projeto, o redesign da marca, suas aplicações e as embalagens para os pães, bolos, cucas e biscoitos produzidos pela AJAAR.

Síntese dos Blocos de Referência

A imagem a seguir mostra um resumo dos pontos principais dos Blocos de Referência analisados até aqui, que servirão como orientação para o desenvolvimento deste projeto.

Figura 21 - Síntese dos Blocos de Referência



Fonte: A Autora

Conceitos e Requisitos de Projeto

Com base nas pesquisas realizadas até o momento, foram gerados os Conceitos e os Requisitos de Projeto (tabela 10) que servirão como base para a criação das novas embalagens da AJAAR.

Tabela 10 - Conceitos e Requisitos de Projeto das Embalagens de pães, bolos,ucas e biscoitos



CONCEITOS		REQUISITOS
 PRODUTO	Artesanal Feito em casa, sem aditivos químicos, produção local	<ul style="list-style-type: none"> • Destacar nome do produtor nas embalagens; • Destaque à produção artesanal • Elementos que remetam ao produto feito artesanalmente;
 USUÁRIO	Saboroso De qualidade conhecida pelos usuários, ingredientes caseiros	<ul style="list-style-type: none"> • Janela ou área transparente para visualizar o produto
 CONTEXTO	Seguro Garantia, direto do empreendimento, resistente, confiável.	<ul style="list-style-type: none"> • Embalagens resistentes. • Possuir sistema de fechamento

Fonte: A Autora

Painéis Conceituais

A partir das informações da tabela anterior, foram construídos painéis semânticos para cada conceito gerado (Figuras 22, 23 e 24). Para Baxter (1998), painel semântico é uma espécie de quadro de referências visuais no que diz respeito à alguns elementos do projeto de design, como cores, texturas, formas e tipografia. Em cada painel foi observado padrões de cores, texturas, forma, composição e tipografia que estão associados aos conceitos que a nova embalagem deve transmitir.

Figura 22 - Painel Conceitual: Artesanal

Artesanal		
		
CORES/TEXTURAS	FORMA/COMPOSIÇÃO	TIPOGRAFIA
 <p>Textura de papel craft/papel reciclado</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Composição minimalista; - Elementos alinhado/centralizados; - Formas orgânicas, recortes diferenciados; - Amarrações. 	<ul style="list-style-type: none"> - Traços finos; - Tipografia serifada em caixa alta; - Tipografia manual.

Fonte: A Autora

Figura 23 - Painel Conceitual: Saboroso

Saboroso



CORES/TEXTURAS



Cores lisas, cores vivas,
cores que remetam ao
alimento

FORMA/COMPOSIÇÃO

- Transparências, janelas para visualizar o produto;
- Poucos elementos, preferência para a aparência do produto;
- Formas arredondadas.

TIPOGRAFIA

- Tipografia cursiva, traços orgânicos;
- Tipografia sem serifa arredondada.

Fonte: A Autora

Figura 24 - Painei Conceitual: Seguro

Seguro



CORES/TEXTURAS	FORMA/COMPOSIÇÃO	TIPOGRAFIA
<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <p>Cores lisas, branco, cores neutras</p>	<ul style="list-style-type: none">- Caixas de formatos diferenciados;- Formas geométricas;- Composição alinhada e centralizada.	<ul style="list-style-type: none">- Tipografia variada;- Contraste entre traços finos e grossos.

Fonte: A Autora

3 Etapa 3: Criação

Nesta etapa, são geradas as alternativas embasadas nos conceitos e requisitos de projeto gerados na etapa anterior

Ajustes na Identidade Visual

A AJAAR já possui uma identidade visual e já é conhecida por ela entre seus consumidores, porém necessitava de alguns ajustes na tipografia e em alguns elementos da marca, pois anteriormente as embalagens possuíam diversas versões do mesmo logo. Por este motivo, foi feito um pequeno redesign na identidade visual da marca a fim de padronizar seu uso em todas as embalagens, como pode ser visto na figura 25.

Figura 25 - Redesign AJAAR



Fonte: A Autora

A imagem da casa no logo da AJAAR já está associada aos seus produtos e é conhecida por seus consumidores. Ela vinha geralmente na frente do produto e estava desconectada do acrônimo da AJAAR.

Na nova identidade visual, foi utilizada uma única tipografia com o objetivo de uniformizar e criar uma unidade entre os dois logos. A sigla da AJAAR foi trazida para junto do logo da casa e alguns elementos foram

retirados e alinhados. No logo da AJAAR, a fonte do significado do seu acrônimo foi aumentada para facilitar a legibilidade quando houver redução.

Identificação do Produtor

Conforme foi estabelecido nos requisitos de projeto, foram criadas *tags* de identificação do produtor que serão anexadas às embalagens como forma de identificar e valorizar o produtor individualmente dentro da associação. Desta forma, os consumidores terão uma maior facilidade para visualizar o nome do produtor na embalagem; e o produtor por sua vez terá maior destaque e reconhecimento pelos seus produtos, uma vez que a AJAAR é constituída por diversos produtores.

Nas circunstâncias onde não for possível amarrar as *tags*, como em caixas, por exemplo, serão utilizados selos com as mesmas informações das *tags*. Inicialmente foram geradas diversas alternativas para que fosse escolhida a mais apropriada, como pode ser visto na figura 26.

Figura 26 - Geração de alternativas - Identificação do Produtor

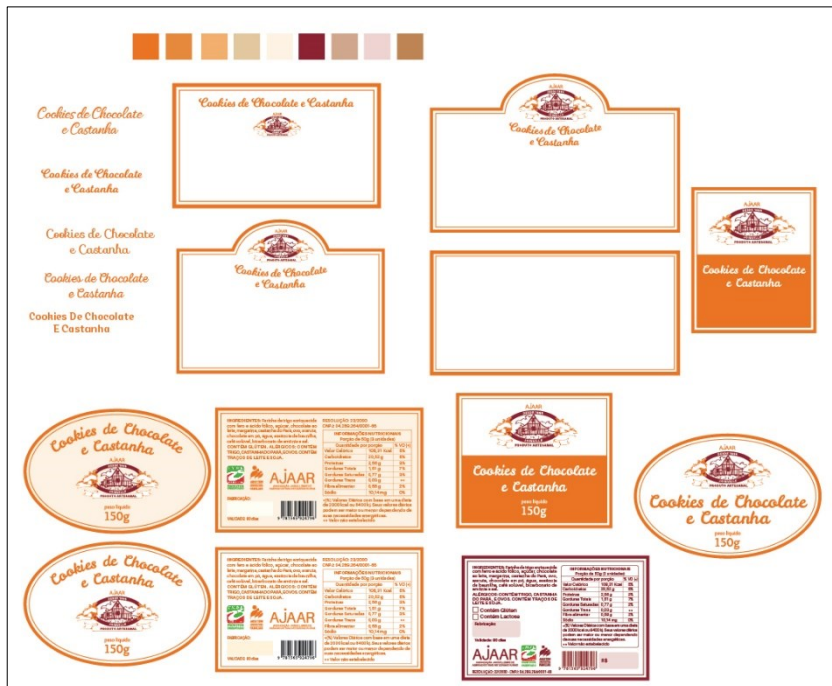


Fonte: A Autora

Rótulos

Foram feitos vários esboços e alternativas de rótulos adesivos para os pães, bolos, cucas e biscoitos (figura 27), e a partir destes estudos, seriam elaboradas as outras embalagens.

Figura 27 - Geração de alternativas - Rótulos



Fonte: A Autora

Embalagens

A fim de escolher as melhores alternativas, foram feitos vários esboços de embalagens que melhor acondicionem os panificados da associação. A figura 28 mostra os esboços iniciais.

Figura 28 - Geração de Alternativas - Embalagens

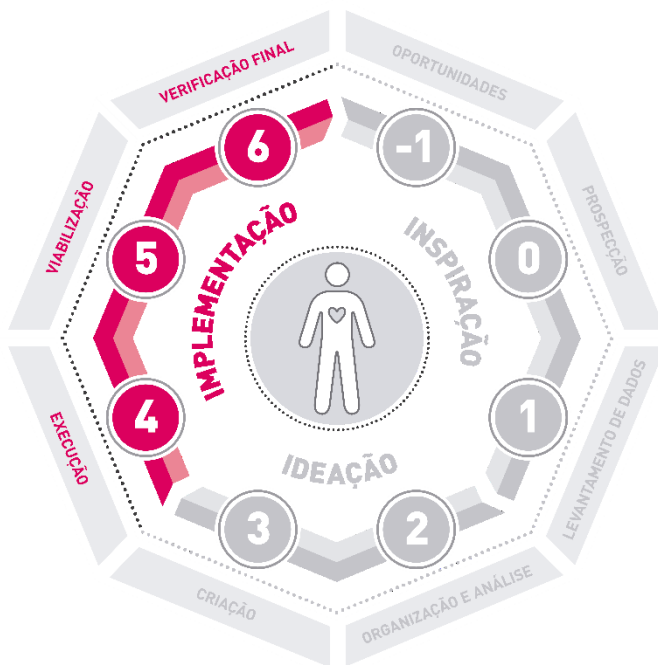


Fonte: A Autora

3.3 MOMENTO IMPLEMENTAÇÃO (ETAPAS 4, 5 E 6)

O Momento Implementação corresponde às etapas Execução (etapa 4), Viabilização (Etapa 5) e Verificação Final (etapa 6). Para este projeto de conclusão de curso, a etapa 6 não será contemplada visto que a verificação final diz respeito a verificação após o produto ser implementado.

Figura 29 - GODP: Momento Implementação



Fonte: A Autora

4 Etapa 4: Execução

Na etapa 4, as alternativas são refinadas, são desenvolvidos os protótipos das embalagens e a identidade visual é aplicada em meios de veiculação como papelaria, uniforme, redes sociais, e outros. Para Wheeler (2012), o sistema de identidade visual e suas aplicações deve englobar uma linguagem única que se expressa em todas as suas aplicações, que devem funcionar em harmonia, independentemente da mídia escolhida.

Aplicações da Identidade Visual

a) Cartão de Visita

Wheeler (2012) afirma que o cartão de visita é um instrumento de marketing portátil. Nele constam informações de contato como endereço, telefone, e-mail e rede social. Foram desenvolvidas 2 alternativas de cartão de visita para ser validado junto ao produtor. Cada alternativa foi elaborada nas duas cores da identidade visual da AJAAR: laranja e bordô (figuras 30 e 31).

Figura 30 - Cartões de Visita: Bordô



Fonte: A Autora

Figura 31 - Cartões de Visita: Laranja

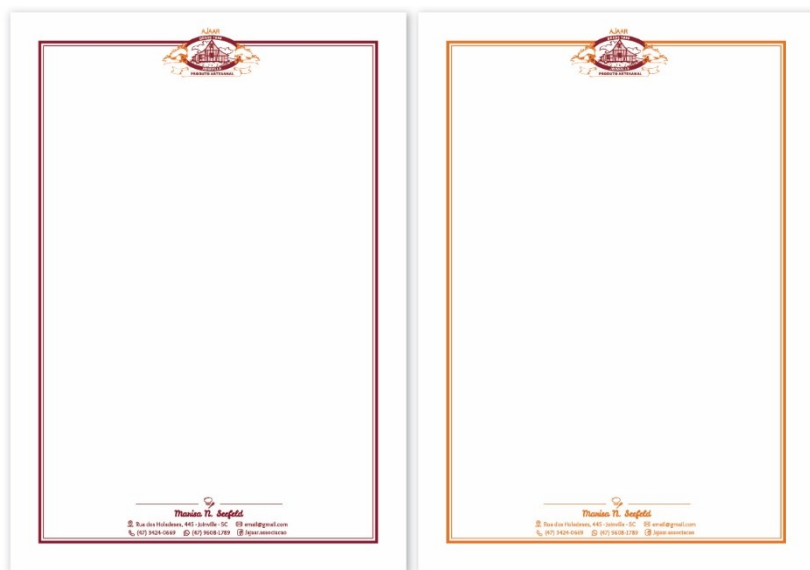


Fonte: A Autora

b) Papel Timbrado e Envelope

O papel timbrado transmite credibilidade e é considerado o tipo mais formal de comunicação empresarial (Wheeler, 2012). Foram elaborados papéis timbrados e envelopes em dois formatos nas cores institucionais da marca, como pode ser visto nas figuras 32, 33 e 34.

Figura 32 - Papel Timbrado



Fonte: A Autora

Figura 33 - Envelopes Bordô



Fonte: A Autora

Figura 36 - Avental



Fonte: A Autora

d) *Ecobag*

A *ecobag* é uma sacola de pano reutilizável e sustentável que pode ser vendida junto com os produtos, distribuída como brindes em feiras ou mesmo utilizada pelos próprios produtores como forma de propaganda. A figura 37 mostra a *ecobag* desenvolvida para a AJAAR.

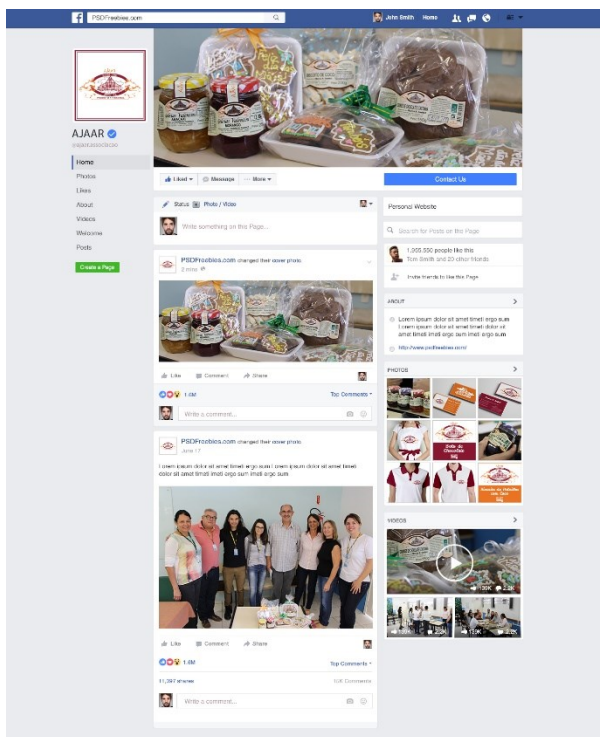
Figura 37 - *Ecobag*

Fonte: A Autora

e) Redes Sociais

As redes sociais são um instrumento de divulgação de extrema importância atualmente, por este motivo foi desenvolvida uma *fanpage* no Facebook é AJAAR, com o objetivo de servir como meio de comunicação entre a associação e os consumidores. A representação da *fanpage* pode ser vista na figura 38.

Figura 38 - *Fanpage* no Facebook



Fonte: A Autora

f) Sinalização

Segundo Wheeler (2012), a sinalização atua como forma de identificação, informação e publicidade, além de ser eficaz em lojas e melhorar a experiência de chegar a um destino.

A figura 39 mostra a aplicação de uma placa para ser utilizada na estrada apontando o caminho para a AJAAR.

Figura 39 - Placa de Sinalização: Estrada



Fonte: A Autora

A figura abaixo traz a representação de uma placa de sinalização que pode ser utilizada dentro do empreendimento de cada produtor.

Figura 40 - Placa de Sinalização: Empreendimento



Fonte: A Autora

A figura 41 mostra a placa de sinalização que será utilizada em feiras.

Figura 41 - Placa de Sinalização: Feiras



Fonte: A Autora

g) Veículo

Trazar a identidade visual de uma marca em um veículo tem o objetivo de torna-la fácil de reconhecer, construindo desta forma a consciência de marca na estrada (Wheeler, 2012). A figura abaixo mostra a aplicação da identidade visual da AJAAR em um veículo.

Figura 42 - Veículo



Fonte: A Autora

Tags de Identificação do Produtor

Foram desenvolvidas duas alternativas de *tags* (figuras 43 e 44) para validação junto ao cliente. As *tags* trazem as cores laranja e bordô presentes na identidade visual, que antes eram pouco exploradas. Elas serão fixadas nas embalagens com fitas de cetim na mesma cor das tags. Na face frontal pode ser visto o nome do produtor, endereço e telefone, no verso um pictograma representa o produtor, e abaixo traz uma breve descrição sobre ele.

A escolha entre as os formatos das tag e do selo pode depender do tamanho e formato da embalagem, assim como da preferência pessoal e das necessidades do produtor. Nas embalagens onde a caixa ou o rótulo for na cor bordô, a tag utilizada será a laranja, e nas embalagens de cor laranja, a tag utilizada será a bordô.

Figura 43 - Tag de Identificação do Produtor (4 x 7 cm): Alternativa 1



Fonte: A Autora

Figura 44 - Tag de Identificação do Produtor (6 x 6 cm): Alternativa 2



Fonte: A Autora

O selo de identificação do produtor (figura 45) foi desenvolvido em dois tamanhos – o maior com 6,2 x 4,3 cm, e o menor com 5 x 3,4 cm –, para ser usado dependendo do tamanho da embalagem. No selo maior consta o nome e uma breve descrição sobre o produtor e seus produtos, endereço e telefone. O selo menor informa o nome do produtor, endereço e telefone.

Figura 45 - Selos de Identificação do Produtor



Fonte: A Autora

Embalagens

Produto e embalagem já não podem ser considerados separadamente (MOURA; BANZATO, 1990). Segundo Mestriner (2002), a embalagem é parte integrante do produto que ela contém, e tem como função facilitar a compra e a compreensão do seu conteúdo. A embalagem agrega valor e faz com que o consumidor forme um conceito sobre a qualidade do produto e sobre o fabricante, elevando ou rebaixando sua percepção da marca.

A embalagem permite a comunicação com o consumidor, e por vezes ela é a única ferramenta utilizada para chamar a atenção e conquistar a preferência do consumidor na hora da compra (Mestriner, 2002).

As embalagens desenvolvidas para os produtos da AJAAR seguiram a mesma linguagem visual utilizada nas tags de identificação do produtor. As cores bordô e laranja foram extraídas da identidade visual, que antes eram pouco exploradas pela marca, para destacar o produto, chamar a atenção e diferenciar-se de seus concorrentes. Para Mestriner (2002), a cor é um elemento de comunicação que provoca um estímulo visual como nenhum outro.

Farina (1986) afirma que a cor é o primeiro fator que atinge o olhar do consumidor numa embalagem; e sendo a embalagem um dos elementos influenciadores da compra, a cor deve estar em conformidade com as características do produto e público alvo, e deve comunicar a essência e a finalidade do produto. A embalagem deve também auxiliar na fixação do produto na mente dos consumidores.

De acordo com Battistella et. al. (2010), “o vermelho é a cor que mais se destaca visualmente e a mais rapidamente distinguida pelos olhos”. Conforme Crepaldi (2000), a cor laranja traz grande apelação ao apetite, e podem ser percebidos bons resultados nas vendas de produtos alimentícios que utilizam esta cor. Farina (1986) diz que a cor que mais atrai a atenção é o laranja, seguido do vermelho, e explica que aplicadas às embalagens, estas cores despertam a atenção especialmente para gêneros alimentícios.

As embalagens deste projeto foram desenvolvidas pensando na grande quantidade de produtores de panificados existentes na AJAAR, por este motivo várias alternativas foram elaboradas para as embalagens de pães, bolos,ucas e biscoitos, considerando a variedade de produtos e sabores e as preferências e necessidades pessoais de cada produtor, de forma a facilitar e tornar o processo de embalar personalizável, porém mantendo uma unidade e refletindo a identidade visual da associação.

a) Pães

Para a embalagem de pão foi desenvolvido um rótulo adesivo para a frente, medindo 9 x 8 cm, e um para o verso, medindo 9 x 15,5 cm. Desta forma o produto pode ser melhor visualizado na frente, sendo que o saco plástico é transparente, e no verso podem ser lidas as demais informações. Na parte frontal da embalagem constam as informações obrigatórias que devem estar incluídas no painel principal, segundo a norma RDC nº 259 da ANVISA (BRASIL. Resolução RDC nº 259, 2002), são elas: a marca, a denominação de venda do alimento e a quantidade nominal do conteúdo do produto. No verso há um espaço com um pequeno texto sobre a AJAAR e sua história. O rótulo será na cor laranja, e a *tag* será bordô. O rótulo e sua aplicação podem ser visualizadas nas figuras 46, 47 e 48.

Figura 46 - Rótulo Pães: frente



Fonte: A Autora

Figura 47 - Rótulo de Pães: verso

INGREDIENTES: Farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, açúcar, chocolate ao leite, margarina, castanha do Pará, ovo, araruta, chocolate em pó, água, essência de baunilha, café solúvel, bicarbonato de amônia e sal.

CONTÉM GLÚTEN. ALÉRGICOS: CONTÉM TRIGO, CASTANHA DO PARÁ, E OVOS. CONTÉM TRAÇOS DE LEITE E SOJA.

☐ Contém Glúten
☐ Contém Lactose

Fabricação:

Validade: 90 dias

AJAAR
 ASSOCIAÇÃO JOINVILLENSE DE AGROINDÚSTRIAS ARTESANAS RURAIS

Secretaria de Desenvolvimento Rural 

INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS
 Porção de 50g (3 unidades)

Quantidade por porção	% VD (*)
Valor Calórico	108,31 Kcal 5%
Carboidratos	20,52 g 5%
Proteínas	2,56 g 3%
Gorduras Totais	1,51 g 7%
Gorduras Saturadas	0,77 g 3%
Gorduras Trans	0,03 g **
Fibra alimentar	0,58 g 2%
Sódio	10,14 mg 0%

*(%) Valores Diários com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kj. Seus valores diários podem ser maior ou menor dependendo de suas necessidades energéticas.
 ** Valor não estabelecido

 9 781565 924796

R\$



Sobre a AJAAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean eu commodo est. Nam nec elementum tellus. Nullam pretium eget nunc id aliquam. Vestibulum bibendum nibh augue, ac viverra tellus varius at. Etiam placerat nulla at eleifend mattis. Vivamus a lorem in libero pretium placerat. Pellentesque vitae urna hendrerit, ornare ipsum non.

Produzido por: Marisa N. Seefeld
 RESOLUÇÃO: 23/2000 - CNPJ: 04.289.264/0001-68
 Rua dos Holandeses, 445 - Joinville - SC - Tel.: (47) 3424-0669 - (47) 9608-1789
 Indústria Brasileira

Fonte: A Autora

Figura 48 - Aplicação do rótulo adesivo na embalagem de Pão



Fonte: A Autora

b) Bolos e Cucas

Foram desenvolvidas 3 alternativas para as embalagens de bolos e cucas que podem ser utilizadas a critério do produtor dependendo das suas necessidades e do produto oferecido.

Alternativa 1: Rótulo Adesivo

Foi desenvolvido um rótulo adesivo para a frente (9 x 8 cm), e um para o verso (12 x 6 cm), como pode ser visto nas figuras 49 e 50.

Figura 49 - Rótulo Bolos e Cucas: frente



Fonte: A Autora

Figura 50 - Rótulo Bolos e Cucas: verso



Fonte: A Autora

Na figura abaixo pode-se visualizar a alternativa 1 aplicada em uma embalagem de *Vacuum Forming*. O rótulo será na cor bordô, e o selo de identificação do produtor será laranja.

Figura 51 - Aplicação da alternativa 1: Bolos e Cucas



Fonte: A Autora

Alternativa 2: Caixa com Cinta

Na alternativa 2 será utilizada uma caixa de papelão, onde a tampa terá uma janela para a visualização do produto, e a caixa será envolta com uma cinta de papel contendo as informações necessárias (figura 52).

Figura 52 - Cinta para caixa de Bolos e Cucas



Fonte: A Autora

A caixa e a cinta serão na cor bordô e a *tag* será na cor laranja. A Aplicação da alternativa 2 pode ser vista na figura 53.

Figura 53 - Aplicação da alternativa 2: Bolos e Cucas



Fonte: A Autora

Alternativa 3: Caixa com Rótulo Adesivo

Na terceira alternativa de embalagem para bolos e cucas, será utilizada a mesma caixa da alternativa anterior, porém no lugar da cinta serão utilizados rótulos adesivos. Nas laterais mais estreitas da caixa serão colados os rótulos adesivos (figura 54) contendo as informações do rótulo, e com um breve texto sobre a AJAAR.

Figura 54 - Rótulo adesivo para caixa: Bolos e Cucas

Sobre a AJAAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean eu commodo est. Nam nec elementum tellus. Nullam pretium eget nunc id aliquam. Vestibulum bibendum nibh augue, ac viverra tellus varius at. Etiam placerat nulla at eleifend mattis. Vivamus a lorem in libero pretium placerat. Pellentesque vitae urna hendrerit, ornare ipsum non, accumsan nibh, ras diam arcu, molestie vitae lorem ut, mattis faucibus enim. Ut non nisi quis lectus sagittis laculis. Vestibulum et libero malesuada, facilisis urna eu, cursus nisi. Donec pretium ex massa. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing .

INGREDIENTES: Farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, açúcar, chocolate ao leite, margarina, castanha do Pará, ovo, araruta, chocolate em pó, água, essência de baunilha, café solúvel, bicarbonato de amônio e sal.

ALÉRGICOS: CONTEM TRIGO, CASTANHA DO PARÁ, E OVOS. CONTEM TRAÇOS DE LEITE E SOJA.

☐ Contém Glúten

☐ Contém Lactose

Produzido por: Maria N. Seefeld
RESOLUÇÃO: 23/2000
CNPJ: 04.289.264/0001-88
Rua dos Holandeses, 445 - Joinville - SC
Tel.: (47) 3424-0669 - (47) 9608-1789
Indústria Brasileira

Fabricação:

Validade: 90 dias

AJAAR
ASSOCIAÇÃO JOVEM LEITE DE
ASFOLETO (RJ) - JOTAPARA (RJ)

RS

9 781565 924796

INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS
Porção de 50g (3 unidades)

Quantidade por porção	% VD (v)
Valor Calórico	108,31 kcal 5%
Carboidratos	20,62 g 5%
Proteínas	2,66 g 3%
Gorduras Totais	1,51 g 3%
Gorduras Saturadas	0,77 g 3%
Gorduras Trans	0,03 g **
Fibra alimentar	0,58 g 2%
Sódio	10,14 mg 0%

*% Valores Diários com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maior ou menor dependendo de suas necessidades energéticas.
**= Valor não estabelecido

Fonte: A Autora

Na parte frontal da embalagem, serão utilizados selos com o sabor do produto, medindo 9,3 x 6,3 cm, e com o peso líquido, com 2,4 x 1,6 cm (figura 55).

Figura 55 - Selos com sabor e peso líquido: Bolos e Cucas



Fonte: A Autora

A caixa e os selos serão na cor bordô e a *tag* será na cor laranja. A figura 56 traz a aplicação da alternativa 3 para bolos e cucas.

Figura 56 - Aplicação da alternativa 3: Bolos e Cucas



Fonte: A Autora

c) Biscoitos

Para as embalagens de biscoitos foram elaboradas 7 alternativas, algumas utilizam recursos que já eram utilizados pela AJAAR anteriormente, e outras trazem novas possibilidades de escolha dentro da associação.

Alternativa 1: Rótulo Adesivo

O rótulo adesivo é uma alternativa que já estava sendo utilizada pela AJAAR, para a nova embalagem, porém, foi escolhido trazer um rótulo frente e verso a fim de valorizar a marca e trazer clareza de informações na frente do produto, e no verso o rótulo traz as demais informações. A frente do rótulo mede 9 x 8 cm, e o verso 10 x 7 cm. Os rótulos adesivos podem ser vistos nas figuras 57 e 58.

Figura 57 - Rótulo Biscoitos: frente



Fonte: A Autora

Figura 58 - Rótulo Biscoitos: verso

INGREDIENTES: Farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, açúcar, chocolate ao leite, margarina, castanha do Pará, ovo, araruta, chocolate em pó, água, essência de baunilha, café solúvel, bicarbonato de amônia e sal.

ALÉRGICOS: CONTEM TRIGO, CASTANHA DO PARÁ, EOVOS. CONTEM TRAÇOS DE LEITE E SOJA.

☐ Contém Glúten

☐ Contém Lactose

Fabricação:

Validade: 90 dias

R\$



9 781565 924796

AJAAR
ASSOCIAÇÃO JOINVILLENSE DE
AGROINDÚSTRIAS ARTESANAS RURAIS

 **ADULTEM**
AGRICULTURA
FAMILIAR

 **FMDR**
PRODUTOR
ORIENTADO

Secretaria de
Desenvolvimento Rural

 **Prefeitura de
Joinville**

INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS
Porção de 50g (3 unidades)

Quantidade por porção		% VD (*)
Valor Calórico	108,31 Kcal	5%
Carboidratos	20,52 g	5%
Proteínas	2,56 g	3%
Gorduras Totais	1,51 g	7%
Gorduras Saturadas	0,77 g	3%
Gorduras Trans	0,03 g	**
Fibra alimentar	0,58 g	2%
Sódio	10,14 mg	0%

*(%) Valores Diários com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kj. Seus valores diários podem ser maior ou menor dependendo de suas necessidades energéticas.

** Valor não estabelecido

Produzido por: Marisa N. Seefeld
RESOLUÇÃO: 23/2000
CNPJ: 04.289.264/0001-68
Rua dos Holandeses, 445 - Joinville - SC
Tel.: (47) 3424-0669 - (47) 9608-1789
Indústria Brasileira

Fonte: A Autora

Os rótulos serão na cor laranja, e a *tag* será na cor bordô, como pode ser visto na figura 59.

Figura 59 - Aplicação da alternativa 1: Biscoitos



Fonte: A Autora

Alternativa 2: Cinta para Bandeja de Isopor

Para a alternativa 2, foi desenvolvido uma cinta para as embalagens de isopor (figura 60) utilizadas anteriormente pela AJAAR para normalmente armazenar bolachas decoradas. A cinta envolverá a bandeja de isopor, deixando um espaço para a visualização do produto.

Alternativa 3: Rótulo Grampeado no Pacote de Biscoitos

O rótulo da alternativa 4 também será usado no pacote de biscoitos, onde o rótulo será grampeado na parte superior do pacote, deixando o restante da embalagem transparente mostrar o produto (figura 62).

Figura 62 - Rótulo grampeado: Biscoitos



Fonte: A Autora

O rótulo será na cor laranja, e a identificação do produtor na cor bordô. A figura 63 traz a aplicação deste rótulo.

Figura 63 - Aplicação da alternativa 3: Biscoitos



Fonte: A Autora

Alternativa 4: Cinta para Pacotes de Biscoitos

Outra alternativa para os biscoitos foi desenvolver uma cinta que envolverá o pacote de biscoitos verticalmente, sendo grampeado em cima. Desta forma, o rótulo protege os biscoitos dificultando a quebra, e nas laterais é possível visualizar o produto. A imagem abaixo mostra a cinta de papel para os pacotes de biscoitos.

Figura 64 - Cinta para pacotes de Biscoitos

Bolacha de Mel

9 781365 924796

AJAAR
ASSOCIACAO JOVEM LOZ DE
CACHOEIRA DO SUL - SANTA CATARINA

AJAAR
ASSOCIACAO JOVEM LOZ DE
CACHOEIRA DO SUL - SANTA CATARINA

Sobre a AJAAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean eu commodo est. Nam nec elementum tellus. Nullam pretium eget nunc id aliquam. Vestibulum bibendum nibh augue, ac viverra tellus varius at. Etiam placerat nulla at eleifend mattis. Vivamus a lorem in libero pretium placerat. Pellentesque vitae una hendrerit, ornare ipsum non, accumsan nibh, nec diam arcu, molestie vitae lorem ut, mattis faucibus enim. Ut non cian quam lectus sagittis iaculis. Vestibulum et libero malesuada, facilisis una eu, cursus nisi. Donec pretium ex massa. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing .

Produzido por: Maria N. Seelitz
RESOLUÇÃO 23/2000 - CNR 19.028.298.00001 68
Rua dos Holandeses, 645 - Joinville - SC - Tel. (47) 3424-9868 - (31) 96081-7789
Indústria Brasileira

peso líquido
300g

\$1

INGREDIENTES: farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, açúcar, chocolate ao leite, margarina, castanha do Pará, ovo, amêndoas, chocolate em pó, água, essência de baunilha, café solúvel, bicarbonato de amônio e sal.

CONTEM: GLÚTEN, ALÉRGICOS: CONTEM TRIGO, CASTANHA DO PARÁ, E OVOS. CONTEM TRAÇOS DE LEITE E SOJA.

☐ Contém Glúten
☐ Contém Lactose

Fabricação:

Validade: 90 dias

R\$

INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS		
Porção de 50g (3 unidades)		
Quantidade por porção	% V.D.	(*)
Valor energético	108,31 kcal	6%
Carboidratos	20,62 g	6%
Proteínas	2,56 g	3%
Gorduras totais	1,51 g	7%
Compostos Saturados	0,77 g	3%
Gorduras Trans	0,03 g	**
Fibra alimentar	0,56 g	2%
Sódio	10,14 mg	0%

(*) %CV. Valores Diários com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kJ; seus valores diários podem ser maior ou menor dependendo de suas necessidades energéticas.

** Valor não estabelecido

REG. COCADO 707/2008 - CNR 04.286.304.00001 68

AJAAR
ASSOCIACAO JOVEM LOZ DE
CACHOEIRA DO SUL - SANTA CATARINA

AJAAR
ASSOCIACAO JOVEM LOZ DE
CACHOEIRA DO SUL - SANTA CATARINA

AJAAR
ASSOCIACAO JOVEM LOZ DE
CACHOEIRA DO SUL - SANTA CATARINA

Sobre a AJAAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean eu commodo est. Nam nec elementum tellus. Nullam pretium eget nunc id aliquam. Vestibulum bibendum nibh augue, ac viverra tellus varius at. Etiam placerat nulla at eleifend mattis. Vivamus a lorem in libero pretium placerat. Pellentesque vitae una hendrerit, ornare ipsum non, accumsan nibh, nec diam arcu, molestie vitae lorem ut, mattis faucibus enim. Ut non cian quam lectus sagittis iaculis. Vestibulum et libero malesuada, facilisis una eu, cursus nisi. Donec pretium ex massa. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing .

Produzido por: Maria N. Seelitz
RESOLUÇÃO 23/2000 - CNR 19.028.298.00001 68
Rua dos Holandeses, 645 - Joinville - SC - Tel. (47) 3424-9868 - (31) 96081-7789
Indústria Brasileira

Fonte: A Autora

A cinta será na cor bordô, e a identificação do produtor na cor laranja. A aplicação da alternativa 4 pode ser vista na figura abaixo.

Figura 65 - Aplicação da alternativa 4: Biscoitos



Fonte: A Autora

Alternativa 5: Caixa de Biscoitos

Uma alternativa para envolver os biscoitos como um todo e proteger da quebra foi desenvolver uma caixa onde os biscoitos estarão inseridos dentro de um saco plástico para manter sua crocância. A caixa, na cor bordô, possui um visor frontal, e o selo de identificação do produtor, laranja, será fixado na tampa. A figura 66 mostra a aplicação da alternativa 5.

Figura 66 - Aplicação da alternativa 5: Biscoitos



Fonte: A Autora

Alternativa 6: Caixa com Cinta

Esta embalagem é composta por uma caixa com um visor retangular na tampa. Por ser um visor maior que o da alternativa anterior funciona bem para bolachas decoradas, além de acondicionar o produto impedindo que ele quebre. A caixa, na cor bordô será envolta por uma cinta da mesma cor (figura 67), e a identificação no produtor será na cor laranja.

Figura 67 - Cinta para caixa de Biscoitos



Fonte: A Autora

A figura abaixo mostra a aplicação da alternativa 6.

Figura 68 - Aplicação da alternativa 6: Biscoitos



Fonte: A Autora

Alternativa 7: Caixa com Rótulo Adesivo

Esta embalagem utiliza a mesma caixa da alternativa 6, porém no lugar da cinta serão utilizados rótulos adesivos nas laterais mais estreitas da caixa (figura 69).

Figura 69 - Rótulo Adesivo para Caixa: Biscoitos

Sobre a AJAAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean eu commodo est. Nam nec elementum tellus. Nullam pretium eget nunc id aliquam. Vestibulum bibendum nibh augue, ac viverra tellus varius at. Etiam placerat nulla at eleifend mattis. Vivamus a lorem in libero pretium placerat. Pellentesque vitae urna hendrerit, ornare ipsum non, accumsan nibh, ras diam arcu, molestie vitae lorem ut, mattis faucibus enim. Ut non nisi quis lectus sagittis laculis. Vestibulum et libero malesuada, facilisis urna eu, cursus nisi. Donec pretium ex massa. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing .

INGREDIENTES: Farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, açúcar, chocolate ao leite, margarina, castanha do Pará, ovo, araruta, chocolate em pó, água, essência de baunilha, café solúvel, bicarbonato de amônia e sal.

ALERGICOS: CONTEM TRIGO, CASTANHA DO PARA, E OVOS. CONTEM TRAÇOS DE LEITE E SOJA.

☐ Contem Glúten

☐ Contem Lactose

Produzido por: Marisa N. Seefeld
RESOLUÇÃO: 23/2000
CNPJ: 04.289.264/0001-68
Rua dos Holandeses, 445, Joinville - SC
Tel.: (47) 3424 0689 - (47) 9808 1789
Industria Brasileira

AJAAR
ASSOCIAÇÃO JOVEM LINE DE
ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO

ANATIM
ANÁLISE DE
NUTRIÇÃO

**SECRETARIA DE
Desenvolvimento Rural**

Fabricação: R\$

Validade: 90 dias

9 781565 924796

INFORMAÇÕES NUTRICIONAIS		
Porção de 50g (13 unidades)		
Quantidade por porção		% VD
Valor Calórico	108,31 Kcal	6%
Carboidratos	20,52 g	5%
Proteínas	2,66 g	3%
Gorduras Totais	1,51 g	7%
Gorduras Saturadas	0,77 g	3%
Gorduras Trans	0,03 g	++
Fibra alimentar	0,58 g	2%
Sódio	10,14 mg	0%

*% Valores Diários com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maior ou menor dependendo de suas necessidades energéticas.
++ Valor não estabelecido

Fonte: A Autora

No visor na embalagem serão utilizados selos com o sabor do produto, medindo 5,6 x 4 cm, e com o peso líquido, com 2,4 x 1,6 cm (figura 70).

Figura 70 - Selos com sabor e peso líquido: Biscoitos



Fonte: A Autora

A caixa e os selos com o sabor e o peso líquido serão na cor bordô e a *tag* será na cor laranja. A figura abaixo mostra a aplicação da alternativa 7 para biscoitos.

Figura 71 - Aplicação da Alternativa 7: Biscoitos



Fonte: A Autora

d) Indicação de Alimentos para Dietas de Restrição Alimentar

Ler os rótulos dos alimentos faz parte da rotina de pessoas que possuem algum tipo de restrição alimentar, no entanto encontrar informações específicas sobre os ingredientes nem sempre é fácil. Com o intuito de auxiliar na busca por este tipo de produto e na clareza de informações, foram desenvolvidos selos de indicação de alimentos para dietas de restrição alimentar, trazendo para a frente da embalagem informações que normalmente ficam no verso dos rótulos e são difíceis de encontrar. Pelo fato de ser um selo adesivo, os produtores têm maior flexibilidade para adotar este sistema, utilizando-o apenas nos produtos que necessitam destas informações. Foram criados selos para alimentos *diet*, *light*, *integral*, sem glúten, sem lactose e sem gordura, como pode ser visto nas figuras 72 e 73.

Figura 72 - Selos para dietas de restrição alimentar



Fonte: A Autora

Figura 73 - Exemplo de aplicações do selo em embalagens



Fonte: A Autora

5 Etapa 5: Viabilização

No dia 11 de outubro de 2017 o NGD fez uma visita à EPAGRI em Joinville para realizar a apresentação do desenvolvimento do projeto e validar informações com o cliente, referente ao projeto “Valorização e Identificação de Empreendimentos Rurais e Pesqueiros, com Base na Competitividade, Diferenciação e Sustentabilidade, nas Regiões de Joinville, Blumenau e Florianópolis”. A figura seguir mostra o resultado desenvolvido e a autora junto com alguns membros da Associação.

Figura 74 - Apresentação do Projeto em Joinville



Fonte: Acervo NGD

4. CONCLUSÃO

Este projeto surgiu da oportunidade de desenvolver um sistema de embalagem para os panificados – pães, bolos,ucas e biscoitos – da Associação Joinvillense de Agroindústrias Artesanais Rurais (AJAAR), pois foi percebida uma fragilidade nas suas embalagens que danificavam o produto durante o transporte, além disso, a AJAAR necessitava de um ajuste na sua identidade visual e criação de aplicações da, a fim de valorizar seus produtos e reposicioná-los no mercado.

Durante a pesquisa, percebeu-se também a necessidade de valorizar os produtores de forma individual dentro da associação, para isso foram criadas *tags* de identificação com informações sobre o produtor que são fixadas nas embalagens.

Para o desenvolvimento deste projeto, foi utilizada a metodologia GODP, que a partir das suas ferramentas de análise, pensando no produto, usuário e contexto, e com seu desenvolvimento centrado no usuário, permitiu com que o sistema de embalagem desenvolvido fosse consistente com os requisitos estabelecidos.

O projeto teve como resultado o desenvolvimento de um sistema de identidade visual e suas aplicações que cumpriram os requisitos de projeto refletindo os conceitos propostos, valorizando assim os produtos da AJAAR, adequando o design à qualidade já conhecida dos produtos, e dando foco ao produtor, desde a montagem personalizável das embalagens até a sua identificação no ponto de venda, proporcionando uma maior visibilidade e destaque entre seus concorrentes, e despertando o interesse de novos consumidores nos produtos da agricultura familiar.

Com o desenvolvimento deste trabalho, e a participação como bolsista no NGD colaborando no projeto “Valorização e Identificação de Empreendimentos Rurais e Pesqueiros, com Base na Competitividade, Diferenciação e Sustentabilidade, nas Regiões de Joinville, Blumenau e Florianópolis”, foi possível observar como o design pode contribuir na valorização de produtos da Agricultura Familiar, incentivando os produtores de Santa Catarina, favorecendo sua participação no mercado, impulsionando a economia e incentivando o consumo de produtos locais.

Este projeto terá continuidade junto ao Núcleo de Gestão de Design (NGD) e à EPAGRI, onde será realizada a implementação do projeto desenvolvido.

Por fim, a oportunidade de trabalhar com um cliente real foi muito gratificante, pois este projeto trouxe benefícios para os 49 membros da AJAAR e suas famílias, trazendo autoestima em relação à seus produtos e

motivando sua produção. Além disso a elaboração deste projeto também propiciou o crescimento pessoal, novos aprendizados, e possibilitou a aplicação e o aperfeiçoamento dos conhecimentos de design adquiridos ao longo da graduação.

REFERÊNCIAS

- BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.
- BATTISTELLA, N.; COLOMBO, J. R.; ABREU, K. C. K. **A Importância da Cor nas Embalagens como Fator Influenciador no Momento da Compra**, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2010
- BRASIL. IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/>> Acesso em 29 de Abr. de 2017
- BRASIL. INPI. **Instituto Nacional da Propriedade Industrial**. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: 01 maio 2017.
- BRASIL. Resolução RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002. Aprova o Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, 23 set. 2002. Disponível em: < http://portal.anvisa.gov.br/documents/10181/2718376/RDC_259_2002_COMP.pdf/9c816a4d-2dc7-48bf-80e4-e8891f640cf2>. Acesso em: 21 Out. 2017.
- BRITO, Lélis Maia; XAVIER, Ana Flávia. **Comportamento do Consumidor e o Mercado Informal de Produtos Artesanais**. 9º Congresso Latino-Americano de Varejo, São Paulo, Out. 2016. Disponível em: < https://www.researchgate.net/profile/Lelis_Maia_Brito/publication/309642299_COMPORTAMENTO_DO_CONSUMIDOR_E_O_MERCA_DO_INFORMAL_DE_PRODUTOS_ARTESANAIS/links/581b31f008ae40da2ca8d7cc.pdf> Acesso em: 31 de Maio de 2017
- BROD JÚNIOR, Marcos; GOMES, Luiz AV de N.; MEDEIROS, Ligia MS de. **Os Logogramas na prática da Educação Projetual**. In: 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 2010.
- CANDIDO, Fabiano; BEZERRA, Flávia. **Bolos Caseiros Ganham Espaço no Mercado Brasileiro**. Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, 2014. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2014/09/bolos-caseiros-ganham-espaco-no-mercado-brasileiro.html>> Acesso em: 31 de Maio de 2017

CASTRO, Profa. Fátima A. Ferreira de. **A História do Bolo Na Alimentação Humana**. Laboratório de Estudo Experimental dos Alimentos, Viçosa, MG, Out. 2010. Disponível em: <https://www2.dti.ufv.br/noticia/files/anexos/php1YYSrW_3087.pdf>. Acesso em: 20 maio 2017.

CREPALDI, Lideli. **O universo das cores em Propaganda**. In: XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação- Intercom, 2000, Manaus, 2000.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 2ª. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1986.

GURGEL, F. A. **Administração da embalagem**. Thomson Learning, 2007.

MATTEI, Lauro. **Novo retrato da agricultura familiar em Santa Catarina**. Encontro de Economia Catarinense, v. 4, 2010.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **GODP - Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos**: Uma metodologia de Design Centrado no Usuário. Florianópolis: Ngd/ Ufsc, 2014. Disponível em: <www.ngd.ufsc.br>. Acesso em: 20 abr. 2017.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **GODP - Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos**: Uma metodologia de Design Centrado no Usuário. Florianópolis: Ngd/ Ufsc, 2016. Disponível em: <www.ngd.ufsc.br>. Acesso em: 20 abr. 2017.

MESTRINER, Fábio. **Design de embalagem**: curso básico. Pearson Makron Books, 2002.

MOURA, Mônica. **Faces do Design**. São Paulo: Rosari Edições, 2010.

MOURA, Reinaldo A.; BANZATO José Maurício. **Embalagem Unitização & Containerização**. IMAM, São Paulo, 1990.

NEGRÃO, Celso; CAMARGO, Eleida. **Design de embalagem**: do marketing à produção. Novatec Editora, 2008.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: Guia Essencial para Toda a Equipe de Gestão de Marcas**. Bookman Editora, 2012.

APÊNDICE A – MANUAL DE MARCA